

2006-2007 ANNUAL REPORT

36nb
alcool • liquor
Years • Années

Board of Directors

Larry Jackson, *Chairman*

Jean-Guy Marquis, *Vice-Chairman*

Maurice Bastarache, *Director*

Gisèle Basque-Roy, *Director*

Bayne MacMillan, *Director*

Belinda Thebeau, *Director*

Dana Clendenning, *President & CEO*

Elizabeth Fairley, *Corporate Secretary*

Senior Management Team

Dana Clendenning, *President & CEO*

Rick Smith, *Senior Vice-President & Chief Financial Officer*

Brad Cameron, *Vice-President Sales & Marketing*

Mike O'Brien, *Vice-President Supply Chain & Facilities*

Fred Steeves, *Vice-President Store Operations*

Jane Washburn, *Vice-President Human Resources and
Labour Relations*

Table of Contents

- 1 Chairman's Letter
- 2 President's Message
- 3 History in the Making
- 4 2006-2007 in Review
- 8 Social and Environmental Responsibility
- 9 Store Locations
- 10 Financial Information
- 16 Financial Statements

The New Brunswick Liquor Corporation is a Provincial Crown Corporation responsible for the purchase, importation, distribution and retail activity for all beverage alcohol in the Province of New Brunswick. The Corporation is directed by a Board of Directors. Decisions and directions from the Board are guided by section 6(3) of the New Brunswick Liquor Corporation Act:

"The Board shall administer the affairs of the Corporation on a commercial basis and all decisions and actions of the Board are to be based on sound business practices."



170 chemin Wilsey Road
P.O. Box / C.P. 20787
Fredericton, NB
Canada E3B 5B8
www.anbl.com

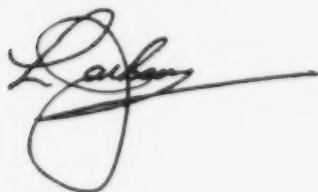
The Chairman's *Letter*

Honourable Victor Boudreau
Minister of Finance
Province of New Brunswick
Fredericton, NB

Sir:

In compliance with Section 20 of the *New Brunswick Liquor Corporation Act*, I am
pleased to submit the Annual Report of the New Brunswick Liquor Corporation for the
fiscal year ended March 31, 2007.

Respectfully submitted,



Larry A. Jackson
Chairman, Board of Directors



The President's *Message*

I am pleased to present Alcool NB Liquor's (ANBL) Annual Report for 2006-2007. Once again, we continue the tradition of being a top revenue performer for the province, having met and exceeded all financial and fiduciary goals. Net income increased by 4.25 per cent to over \$131 million due in part to a significant growth in wine sales. Payments to the Province of New Brunswick were \$126,986,073 up from \$123,159,923 in 2005-2006.

This 2006-2007 Annual Report entitled "30 Years in the Making," celebrates a major milestone in the Corporation's life, our 30th anniversary. I hope you enjoy the walk down memory lane in the section entitled "History in the Making".

ANBL continued implementing a number of system upgrades and process improvements in 2006-2007. The installation of a new, next-generation, point-of-sale (POS) system in all retail stores was completed. This two-year project included new hardware and application software which provides state-of-the-art communications infrastructure between stores, Head Office, debit and credit service providers, and internal users.

New stores were opened in Perth-Andover and Grand Falls in 2006-2007, and two new "Sélection" stores opened in Edmundston and Prospect Street (Fredericton). We continued to implement the decor and interior/exterior signage renovation project from 2005. Fifteen Corporate Stores were completed bringing the total renovation number to 29 at the end of 2006-2007.

A reorganization of the Sales & Marketing department saw the creation of a new category management system including dedicated managers, portfolios and sub-category plans.

The Human Resources and Labour Relations division was also reorganized in 2006-2007 and the department piloted a new staff performance management process to align human resource practices with ANBL's strategy. This change has led to a more focused approach to human resources and has streamlined processes.

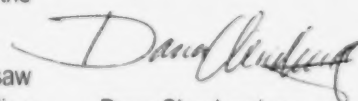
Retirements in the Executive Office in 2006-2007 included Barbara Winsor, President & CEO and Jack Dorcas, Executive Vice-President.

With the commitment to operating an efficient and effective business, the strategic planning process was accelerated in the fall of 2006 and the Corporation embarked on the development of a new five-year strategic plan. This new plan was developed nine months early due to the significant changes in senior management. As well, the former five-year plan was substantially complete and those items that were not accomplished were carried forward.

The new 2007-2012 plan was developed using a broad consultation process with store level staff, mid-level and senior managers and the Board of Directors. It provides for accountability and allows us to measure progress and results at all levels of the organization.

I would like to thank the Board of Directors, head office and store staff as well as our supplier community for their warm welcome to ANBL. The plans are now set for continued growth and optimal profit in the coming year and we intend to maximize our successes and exceed our goals.

Sincerely,



Dana Clendenning,
President & CEO



History *in the Making*

The New Brunswick Liquor Control Board was created following the end of Prohibition in 1927. Its mandate was to control all aspects relating to the beverage alcohol industry in the province. In 1962, reorganization and a name change to the New Brunswick Liquor Control Commission prompted the Commission to review its role. To that end, a focus on retailing came to fruition and in 1969 the Commission opened Devon Park (Fredericton), the first self-service liquor store in Canada.

On April 1, 1976 the New Brunswick Liquor Corporation was incorporated and officially took over the responsibility for retailing beverage alcohol in the Province. Effectively, this separated the role of purchasing and retailing from licensing and compliance under the *Liquor Control Act*. The significance of this change was emphasized by the hiring of the Corporation's first General Manager, Col. (R'ted) Jack Ensor, former Chief Executive Officer of Ganong Chocolates, a strong and well-respected private sector businessman, as well as a decorated New Brunswick war hero from World War II. Also appointed was Alfred Landry as Chairman, and the first Board of Directors, comprised of individuals with various business experiences and backgrounds.

From 1976 to 2006, the face of beverage alcohol distribution in the province evolved many times over. With solid management and Boards of Directors providing professional administration and guidance, the Corporation has matured into a strong and vibrant retailer.

Highlights of the first decade, 1976-1986, included store openings in Quispamsis, Dieppe, Brunswick Square (Saint John), Brookside Mall (Fredericton), Chaleur Mall (Bathurst), Chipman, Saint-Louis de Kent, Market Square (Saint John), Beresford, Hartland, Carrefour (Edmundston) and Grand Bay as well as two licensee stores in Moncton and Saint John. Small scale marketing programs were also introduced targeting the growing number of baby boomers who had moved into the workplace.

The second decade of operations, 1986-1996, saw an increase in the number of stores, sales and profit for the Corporation. However, the downward trend in sales volume, which began with the recession of 1982-1983, saw a decrease in per capita consumption by the end of 1985-1986. Spirit sales declined while beer and wine sales rose.

By 1996, the per capita consumption rate had dropped further, causing the Corporation to develop creative marketing programs including the introduction of in-store merchandising promotions. Following a significant period of transition, a network of privately owned retail agencies was developed and grew to 65 by the end of 1996-1997.

	1976- 1977	1986- 1987	1996- 1997	2006- 2007
Sales (millions of \$)	99.7	203.7	233.8	359.9
Net Income (millions of \$)	33.1	73.5	83.4	131.5
Operating Expenses (millions of \$)	11.3	20.6	25.3	40.5
Stores	65	74	54	51
Licensee Stores	0	2	1	0
Agency Outlets	0	0	65	69
Employees	506	444	356	422

The next decade, 1996-2006, saw significant change and development in many areas of the Corporation including a rebranding to Alcool NB Liquor (ANBL) and a reshaped retail network. A number of face-lifts took place and at present all but 11 Corporate stores have received interior decor and exterior signage upgrades. New stores have sprouted up in Grand Falls, Perth-Andover, Edmundston, Parkway Mall (Saint John), Dieppe, Mountain Road and Elmwood Drive (Moncton), Bouctouche, Richibucto, Grand Bay, Prospect Street, Smythe Street and Devon Park (Fredericton). These are not the stores of 30 years ago. They boast walk-in cold rooms, chilled wines and a more customer-friendly layout.

From 43 self-serve, three self-serve beer only and 19 counter-service outlets in 1976-1977 to 51 Corporate and 69 Agency stores in 2006-2007, ANBL is deserving of a 30th Anniversary celebration for its continued growth and commitment to customer service.

Happy 30th Anniversary ANBL!

2006-2007 *in Review*

Success can be measured in many ways. In the beverage alcohol business, there are key performance indicators for category sales, marketing programs, inventory control, customer and supplier feedback, employee performance measures and of course, financial reporting. In this, ANBL's 30th anniversary, it is especially important that we recognize the 422 employees who provide the knowledge and expertise to enable ANBL's continued growth and success.

Financial Results

Growth in sales once again highlighted the year for the Corporation:

2006-2007 Financial Results		
	Sales	% Increase over 2005-2006
Spirits	\$81,945,712	4.8
Wine	51,345,718	10.0
Other Beverages	19,443,683	3.4
Beer	207,170,930	3.3
TOTAL	\$359,906,043	4.6

Spirit sales showed a modest increase. Wine sales maintained an upward trend as a result of the popularity of wine festivals, new and specialty wine listings, marketing programs and the increasing popularity of wine with New Brunswick consumers. The Other Beverages category showed no signs of slowing down as sales of flavoured beverages continued their growth trend from previous years. Beer sales peaked during the warm weather months.

Total sales of \$359,906,043 represent an increase of \$15,798,999 over the previous year and \$4,034,541 over budget in 2006-2007. Sales to Agency stores continued a strong pace at \$64,639,764 and now represent 18 per cent of total sales.

Net income amounted to \$131,482,628 versus a budget of \$127,733,587 which represents an increase of \$3,749,041 over budget and \$5,359,625 over 2005-2006.

Information Technology

A major initiative for the Corporation in 2006-2007 was the rollout of the Point-of-Sale (POS) replacement project, a conversion of 51 Corporate Stores which was completed on November 26, 2006. This two-year cross-functional project involved staff from both Store Operations and Head Office.

The development and implementation of the new POS application interfaces and integrated debit/credit functionality were completed on schedule and under budget.



The new touch screen coupled with integrated debit/credit processing allows for improved customer processing and reduced wait times at check-out.

Other projects in 2006-2007 included the development and centralization at Head Office of an accounts receivable function for direct delivery of product to Agency Stores. As well, the Canadian Standard Product Code (CSPC) was replaced with the Universal Product Code (UPC) as the product identifier and the category code was replaced with department/class/line code for classification in applications. These changes have greatly enhanced external and financial reporting.

Electronic invoicing from, and direct fund transfers to, the provincial breweries was completed in 2006-2007.

2006-2007 *in Review Continued*

An Agency on-line ordering system was developed and piloted and will be extended throughout the province in the coming year.

Technical Services kept up a steady pace with the migration of telecommunications services and store equipment related to the POS project. The decision to integrate a debit/credit application into the new system required a more stable and dependable communication system. A branch DSL infrastructure was chosen resulting in improved speed in transaction handling.

The Service Desk staff faced major challenges while supporting two POS applications during the transition. Technical Services now supports the majority of the in-store hardware eliminating a major cost for retail operations.

A site survey was conducted for the radio frequency system in our central warehouse, in preparation for a planned upgrade in 2007-2008. Some low frequency wireless reception areas in the warehouse were corrected during the survey, improving the handling speed for product upon receipt.

Technical Services was very active in the preparation of segregation of traffic through installation of firewalls and the planning of V-LAN (Virtual-Local Area Network) infrastructures. All networks were reviewed and plans are underway to improve physical and logical security, in conjunction with the use of enhanced policies and access procedures. New network wiring processes and standards have been applied to all new store construction as well as major store renovations.

Supply Chain and Facilities

The 2006-2007 fiscal year saw the Corporation continue with its ambitious service improvement program. The third and fourth "Sélection" stores opened in Edmundston and Prospect Street (Fredericton). These stores feature an enhanced array of general list products and a wide selection of specialty wines and spirits. The exterior construction, signage and interior fixtures feature ANBL's new visual identity standards and decor package. The store interiors are finished with appealing colours and decorative features all focused on improving the overall shopping experience. The interiors are laid out in a circular flow to prominently showcase products.

These two stores also feature a spacious walk-in cold room

where imported and domestic beer, coolers and some wine products are chilled and available in various sizes and package offerings. There is also a climate controlled cooler for a selection of specialty wines. Another special feature is the large Centre of Discovery area, where staff provide helpful information on all product-related questions, such as food and wine pairings, newly listed products, product tasting and in-store sale items.

New stores also opened in Grand Falls and Perth-Andover and offer the new layout, decor and enhanced shopping experience. In Edmundston, Prospect Street (Fredericton) and Grand Falls, the stores are attached to a major grocery outlet. This provides customers with the convenience of one-stop shopping, which compliments ANBL's goal of enhancing the overall customer shopping experience.



The new Edmundston "Sélection" store opened in August 2006 and shares a common vestibule with the Atlantic Superstore.

The interior decor and exterior signage upgrades were rolled out to Lansdowne Place (Saint John), Richibucto, Bouctouche, Shediac, Tracadie-Sheila, Shippagan, Minto, Miramichi (Newcastle), Neguac and Brookside Mall (Fredericton). The Grand Bay store renovations, which included a cold room, were started in the previous year and completed in 2006-2007.

Seven Agency Stores also received exterior signage upgrades.

Sections of the Head Office were renovated in 2006-2007, to modernize the 35-year old decor and create new offices.

2006-2007 *in Review Continued*

The passenger and freight elevators at head office were upgraded to comply with revised building code and environmental protection standards.

With the Head Office conversion to natural gas in 2005-2006, substantial savings were realized in the heating plant in 2006-2007. Boiler emissions were also reduced which contributes to a greener environment.

The Supply Chain division continued to realize significant improvements in the overall management of the network and in delivery service enhancements to ANBL stores and agents in 2006-2007.

The division took a lead role in bringing the Atlantic liquor boards together to develop a joint specification for the provision of overseas freight forwarding and consolidation of ocean freight services. The tender will close early in the next fiscal year and is expected to result in major freight savings for the participants.

Another noteworthy tender in 2006-2007, was for the Inbound American Freight Services, from points across the USA into the central warehouse. New routes and rates were established, which will result in reduced costs and more efficient product movement.

The warehouse experienced increases in all areas of productivity improvement during the year. Over 4,108,000 cases were shipped and received resulting in a 7.4 per cent increase over 2005-2006 and transport unloading productivity was 270 cases per hour.

Sales and Marketing

The winds of change blew through the Sales & Marketing division in 2006-2007, with a structural realignment and the introduction of category management for the first time in the Corporation's history. Portfolio plans were developed based on size, demand and trends within the category. This disciplined approach has refocused priorities on growing volume through fact-based selling. The result will be a more measurable and manageable process resulting in improved product availability and selection.



The Corporation stocks over 2,500 listings.

ANBL continued its commitment to community events by sponsoring and collaborating with Wine Festival organizers across the province. From the Rotary Club Wine Festival in Sackville to the Salon de Vins Français in Edmundston and many points in between, we are proud of the support we lend to these events, which in 2006-2007, generated over \$200,000 for local charities.

In 2006-2007, ANBL's Sommelier continued to support a growing number of licensees around the province, providing wine training, presentations and the creation and enhancement of wine lists. Many establishments from Caraquet, Fredericton and Moncton took advantage of this unique service. The Sommelier conducted a number of educational seminars at festivals and special events, providing customers with various opportunities to expand their knowledge of the world of wine, beer and spirits.

Store Operations

ANBL's retail network remained stable in 2006-2007 at 51 Corporate Stores and 69 Agency stores. Twelve new, 10-year Agency contracts and eight option-renewal contracts were awarded in: Saint-Antoine, Boiestown, Douglas Harbour, Saint Quentin, Canterbury, Hillsborough, Baie-Sainte-Anne, Harvey,

2006-2007 *in Review Continued*

Zealand, Rogersville, Blacks Harbour, Stanley, Mactaquac, Lac Baker, Saint-Paul, Port Elgin, South Tetagouche, Maisonnette, Doaktown and Kedgwick.

Manufacturer Agency agreements were signed in Saint-Édouard-de-Kent, Waterside and Moncton bringing the total number of Cottage Wineries in the province to 10.

In 2006-2007, Agency price file verification was expanded to include 16 Agency stores. Price file verification in these outlets was transformed from a labour intensive process to an automated process. This continual improvement initiative benefits consumers by assuring correct product pricing at Agency locations and reduces labour costs for both ANBL and agents.

An Agency store web-based ordering application was also developed and implemented on a pilot basis. This system will eventually provide agents of the Corporation with a 24 - 7 order entry system, as well as a communications portal for other business transactions. The system provides agents with numerous options for order placement and interfaces seamlessly with both ANBL's central and liquor store service channels.

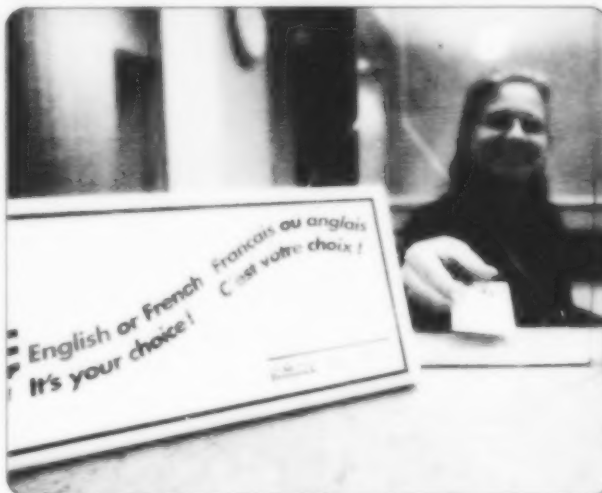
Human Resources and Labour Relations

The Human Resources and Labour Relations division also underwent significant change in 2006-2007 as it transitioned from traditional human resource practices to a strategic HR focus. This provided for the development of new processes which have enhanced service levels and aligned the division to the corporate strategy.

Also a factor in 2006-2007 was the development of a succession plan to mitigate the significant number of potential employee retirements which will occur within the next five years. The first initiative will be rolled out next year with an expectation to develop a pool of talented leaders prepared for future opportunities.

Training continues to be a priority with a focus on developing product and retail knowledge with in-store staff. The number of store staff who have completed all prerequisites for career progression within the Corporation rose by 10.26 per cent.

The Labour Management Committee continues its success. Only one grievance was filed in 2006-2007 and was effectively resolved at the first level. Employee and management representatives began a Joint Job Evaluation exercise to assess the relative value of all bargaining positions. This exercise will be completed in the next fiscal year.



ANBL continues to work with and support recommendations from the Official Language Commissioner on opportunities to further enhance the delivery of services in both official languages.

The 2006-2007 fiscal year brings to an end the former five-year strategic plan. With the dedication of our workforce, ANBL exceeded the financial goal of delivering \$600 million to the province and met most of the efficiency and operational goals. As we move forward into a new five-year plan, our staff, management and Board of Directors remain committed to serving the people of New Brunswick.

This Annual Report is tabled in the New Brunswick Legislature and made available online at www.anbl.com. Under the Right to Information Act, our records are open to public scrutiny. ANBL is accountable to the Government of New Brunswick and the people of the province.

Social & Environmental Responsibility

Beverage alcohol has been accepted within our society for many years, particularly when consumed in moderation. ANBL has taken an active role in promoting responsible consumption to all New Brunswickers.

ANBL is required, under the *Liquor Control Act of New Brunswick*, to monitor and enforce two sections of the Act, as they relate to social issues. In October 2006, a permanent full-time Social Responsibility Officer was appointed to spearhead ANBL's corporate mandate.

In December 2006, ANBL launched the "Lots of Ways" campaign in conjunction with the other Atlantic Canada Liquor Boards. The campaign targeted young adults with the message that there are lots of ways to get home safely, all you need is one. The creative and edgy multi-media campaign was well received by the target audience and won a number of awards.

At ANBL, we have measures in place which prohibit the sale of alcoholic beverages to minors. In partnership with CUPE Local 963, ANBL maintains a province wide "CHECK 25" ID program. The program requires store employees to check the identification of any individual who appears to be under the age of 25 prior to being served.

Store employees are trained to refuse service to anyone who cannot provide valid identification. This program ensures that only those of legal drinking age are served. Clearly, the program is working. In 2006-2007, store employees across the province challenged 128,035 individuals and refused service to 5,740.

ANBL is committed to increasing its participation in programs that promote responsible use of beverage alcohol. By partnering with organizations such as Mothers Against Drunk Driving (MADD), Teens Against Drinking and Driving (TADD) and the RCMP, we help spread the message that consuming alcohol and driving a motorized vehicle is a dangerous and potentially deadly mix. Statistics show just how deadly that mix can be. The 2006 Road Safety Monitor reported 74,000 Canadians were injured in alcohol-related collisions and 1,350 people were killed.

In 2006, ANBL sponsored five MADD presentations in elementary schools across the province. These

presentations were extremely well received by the students and school administrators.



RCMP Constable
Tammy Ward

In an effort to help grow the number of TADD chapters in the province, ANBL donated \$10,000 to the organization in February 2007. RCMP Constable Tammy Ward, who is on a two-year secondment to the Province of New Brunswick, has created resource materials and presentations and to date has increased the number of TADD chapters to 27. "ANBL took the

initiative to contact TADD and immediately demonstrated their interest in supporting our efforts," said Constable Tammy Ward. "To have a corporate citizen like ANBL approach us with this level of commitment is exceptional. This support allows the TADD program to be brought into more schools and will help empower students with the knowledge to make better and safe choices."

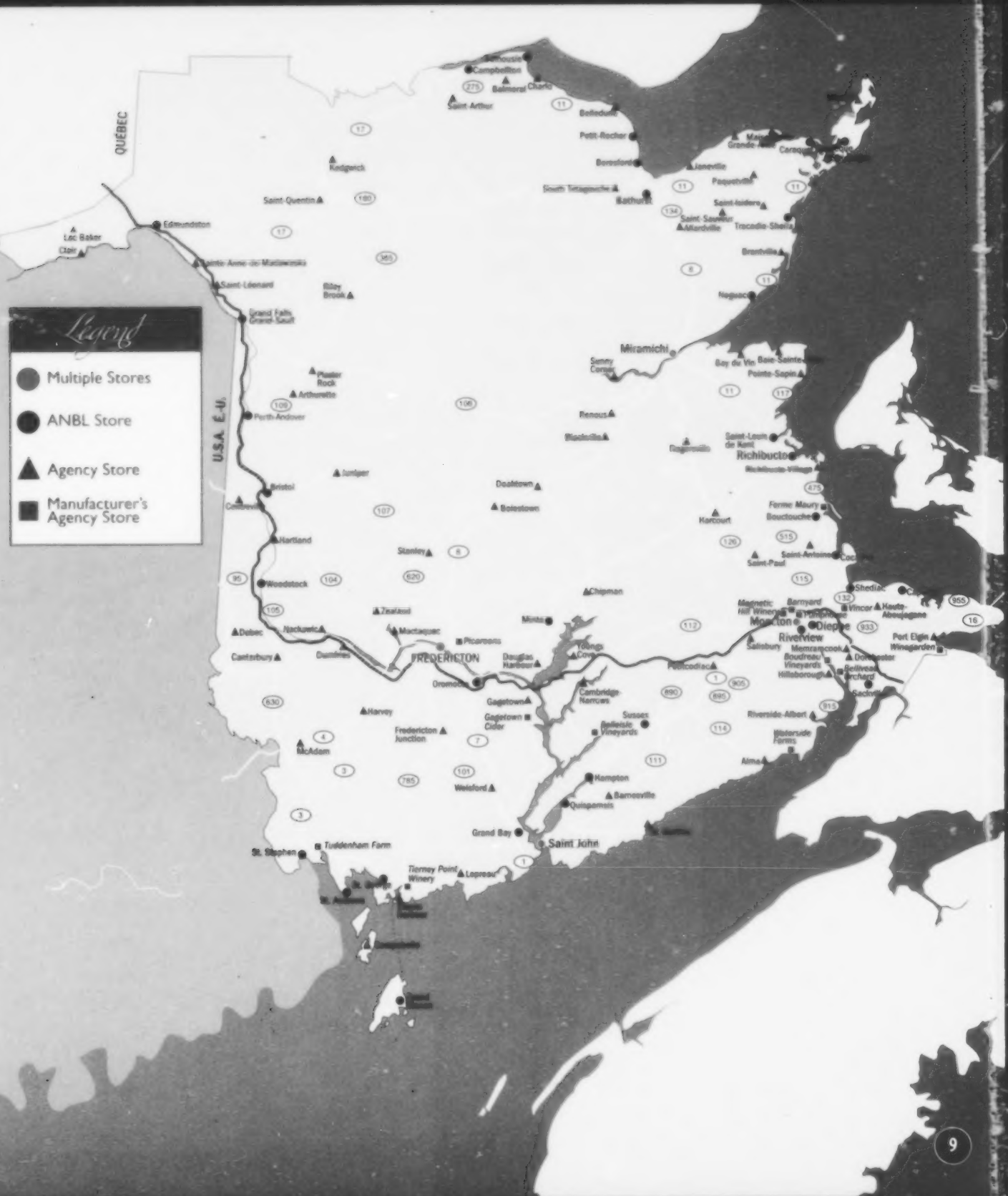
ANBL continued to meet its target with respect to environmental responsibility in 2006-2007. A number of recycling programs continued in the year, diverting waste from local landfill sites and waste streams. Since 1992, every beverage alcohol container in ANBL stores has met the standard of being recyclable or refillable. The redemption rate on refillable beer bottles exceeds 96 per cent while the return rate on recyclable containers holds pace at over 75 per cent.

ANBL began retailing a four-bottle reusable canvas 'Enviro' bag in stores in 2006-2007. With a retail price of \$4.95, these were a hit with customers and the initial order of 5,000 bags quickly sold out.

In new building design, ANBL increased the standard insulation value to R40 in the roofing systems of all new store construction. This change has resulted in a more energy efficient building envelope. As well, natural gas is the new choice for heating and cooling, where available. Four ANBL stores and the central warehouse presently use natural gas.

Going forward, ANBL will continue to take a leadership role in social and environmental issues that are relevant to our customers and business.

Store Locations



Notes to the Financial Statements

March 31, 2007

1. General

This Crown Corporation is incorporated under the New Brunswick Liquor Corporation Act and its primary business activity is the purchase, distribution and sale of alcoholic beverages throughout the Province of New Brunswick.

2. Summary of Significant Accounting Policies

Revenue Recognition

Revenue is recognized when goods are sold, all contractual obligations have been met and the amount is reasonably determinable. Total sales reported includes sales to retail customers, licensed establishments and agency stores. Amounts do not include the subsequent resale by licensed establishments and agency stores.

Inventories

Inventory of goods for resale is valued at cost, which is lower than net realizable value. Inventory of supplies is valued at cost.

Deposit - Injured Workers

The cost of claims for employees injured prior to April 1, 2002 is being deducted from a deposit held in trust with the Workplace, Health, Safety and Compensation Commission and expensed as an employee benefit as incurred.

Property, Plant and Equipment

Property, plant and equipment are stated at cost. Depreciation is provided on the straight-line basis using the following annual rates:

Buildings	27%
Paving	10%
Refrigeration equipment	10%
Software and services	10%
Retail automation equipment	20%
Furniture, fixtures and equipment	20%
Automotive equipment	25%

Leasehold improvements are depreciated on the straight-line basis over the remaining lease term.

Retiring Allowances

Employees of the Corporation are entitled to a retirement allowance based on years of service and rate of pay in the year of retirement or death. This program is funded in the year the allowance is paid.

The cost of the retirement allowance earned by employees is actuarially determined using the projected benefit method pro-rated on service and management's best estimate of salary escalation and retirement age of employees.

The transitional liability related to the retirement allowance is amortized on a straight-line basis over the estimated remaining service period of the employees that participate in the plan (twelve years).

Any excess of the net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the estimated remaining service period of active employees.

Use of Estimates

The preparation of financial statements in conformity with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of the financial statements and the reported amounts of revenue and expenses during the reporting period. Actual results could differ from the estimates.

Store Locations

3. Inventories

Spirits, wine, other beverages and beer
Supplies

2007	2006
\$ 17 717 314	\$ 16 301 667
114 038	212 321
\$ 17 831 352	\$ 16 513 988

4. Deposit - Injured Workers

In conjunction with the conversion to the assessed basis of payment with the Workplace Health, Safety and Compensation Commission (WHSCC), the Corporation has placed the sum of \$1 000 000 on deposit in trust to cover the estimated cost of claims for employees injured prior to the conversion date of April 1, 2002. This deposit will be held for the period of June 1, 2002 to May 31, 2009 and accrues interest at WHSCC's accounting rate of return for the applicable year. Interest earned in 2007 was \$97 726 (\$80 886 in 2006). The actual cost of claims is deducted from the deposit in the year the expense is incurred. Actual costs for 2007 were \$137 141 (\$127 786 in 2006). At the end of the seven-year period or at any time prior, upon request of the Corporation, WHSCC will calculate the future costs associated with these claims, whereupon the Corporation will be responsible for a onetime payment of the amount. From that point forward, WHSCC will assume responsibility for the liability. It is anticipated that the amount currently on deposit will be sufficient to cover all future costs associated with injuries that occurred prior to April 1, 2002.

5. Property, Plant and Equipment

	Cost	Accumulated Depreciation	2007 Net	2006 Net
Land	\$ 201 945		\$ 201 945	\$ 207 995
Paving	503 342	\$ 460 988	42 354	34 615
Buildings	11 809 347	7 057 641	4 751 706	4 545 120
Leasehold improvements	5 301 375	3 561 952	1 739 423	2 047 384
Furniture, fixtures and equipment	10 813 580	8 839 129	1 974 451	1 706 916
Automotive equipment	226 086	186 181	39 905	54 484
Retail automation equipment	2 758 275	1 882 885	875 390	623 272
Software and services	3 560 304	1 174 502	2 385 802	1 882 350
Refrigeration equipment	3 105 941	2 445 137	660 804	723 709
	\$ 38 280 195	\$ 25 608 415	\$ 12 671 780	\$ 11 825 845

6. Total Sales

	Budget 2007	Actual 2007	Actual 2006
Spirits	\$ 80 867 149	\$ 81 945 712	\$ 78 165 020
Wine	50 759 618	51 345 718	46 670 572
Other beverages	19 156 520	19 443 683	18 812 706
Beer	205 088 215	207 170 930	200 458 746
	\$ 355 871 502	\$ 359 906 043	\$ 344 107 044

7. Cost of Sales

	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	2007 Total	2006 Total
Inventories at beginning of year	\$ 5 380 531	\$ 6 180 579	\$ 994 944	\$ 3 745 613	\$ 16 301 667	\$ 17 234 382
Purchases	19 467 981	19 838 504	8 212 379	119 451 488	166 970 352	157 550 092
Freight	724 643	1 663 572	469 671	304 789	3 162 675	2 865 763
Duty and excise tax	12 165 996	2 241 785	796 031	464 984	15 668 796	15 169 763
	<u>37 739 151</u>	<u>29 924 440</u>	<u>10 473 025</u>	<u>123 966 874</u>	<u>202 103 490</u>	<u>192 820 000</u>
Inventories at end of year	5 057 023	7 817 344	929 240	3 913 707	17 717 314	16 301 667
	\$ 32 682 128	\$ 22 107 096	\$ 9 543 785	\$ 120 053 167	\$ 184 386 176	\$ 176 518 333

Financial *Information*

Operational Information

	2003	2004	2005	2006	2007
Number of ANBL Stores	49	49	50	51	51
Number of Agency Stores	73	72	72	71	69
Number of ANBL permanent employees	373	393	399	388	422
Number of regular listed products	1813	1956	2125	2245	2571

Consumption Data (Drinking Age)

2007				2006		
Total Litres	Litres Per Capita	Sales Per Litre		Total Litres	Litres Per Capita	Sales Per Litre
2 884 427	4.87	\$28.41	Spirits	2 879 915	4.87	\$27.14
4 632 462	7.82	11.08	Wine	4 356 636	7.37	10.71
3 011 961	5.09	6.46	Other beverages	2 885 293	4.88	6.52
51 387 615	86.80	4.03	Beer	51 152 414	86.49	3.92

8. Other Income

	Budget 2007	Actual 2007	Actual 2006
Merchandising programs	\$ 1 213 000	\$ 1 459 000	\$ 1 179 445
Private importation revenue	55 468	69 453	57 070
Beer voucher administration fees	18 000	14 955	16 100
Unredeemed beverage container deposits	101 832	151 564	110 431
Subscriptions to sales reports	10 300	13 600	8 515
Loss on sale of property, plant and equipment	(217 855)	(528 086)	(12 043)
Interest on deposit - injured workers	57 000	97 726	80 886
Sundry	96 732	224 635	117 171
	\$ 1 334 477	\$ 1 502 847	\$ 1 557 575

9. Operating Expenses

	Budget 2007	Actual 2007	Actual 2006
Salaries - stores, warehouse and maintenance	\$ 15 930 459	\$ 16 210 689	\$ 15 416 778
- administration	4 169 006	4 077 180	4 018 315
Employee benefits	5 294 036	4 962 115	4 592 217
Rent	4 025 328	4 015 216	3 661 654
Heat and light	1 343 976	1 278 787	1 127 659
Depreciation	2 266 132	2 173 789	1 916 040
Training programs	175 000	133 158	165 163
Trucking	1 023 199	944 008	881 317
Repairs to property, plant and equipment	493 971	481 781	502 360
Property taxes	367 955	350 246	371 426
Minor equipment and supplies	720 725	654 089	587 582
Security	259 664	277 136	254 382
Retail automation system maintenance	259 484	188 953	268 083
Travel	363 617	331 796	266 220
Beverage container redemption costs	688 106	716 209	607 491
Shopping bags	337 080	296 836	303 755
Data processing	279 316	206 457	234 341
Telecommunications	481 961	527 652	550 951
Motor vehicle operation	50 176	45 913	50 331
Cleaning	211 405	180 554	180 329
Shortages	60 000	79 022	62 225
Management meetings	67 117	71 187	44 724
Postage	83 335	76 215	80 273
Professional services	250 300	223 065	322 368
Bank charges	1 442 507	1 438 612	1 308 637
Warehouse maintenance and supplies	69 770	72 787	68 475
Insurance	79 152	77 795	75 383
Advertising and promotions	291 573	277 500	284 476
Directors' remuneration	93 050	38 259	37 321
Other	134 146	133 828	103 868
	\$ 41 311 546	\$ 40 540 834	\$ 38 344 144

10. Financial Instruments

The Corporation's financial instruments consist of cash, receivables, and payables and accrued liabilities. It is management's opinion that the Corporation is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from these financial instruments. The fair value of these financial instruments approximate their carrying values.

11. Related Party Transactions

These financial statements include the results of normal operating transactions with various Provincial Government controlled departments, agencies and Crown Corporations, with which the Corporation may be considered related.

12. Employee Future Benefit Plans

Pension Plan

Employees of the Corporation belong to the New Brunswick Public Service Superannuation Plan, a multi-employer, defined benefit pension plan. Contributions are made by both the Corporation and the employees. Since sufficient information is not readily available to account for the Corporation's participation in the plan using defined benefit pension plan accounting, these financial statements have been prepared using accounting rules for defined contribution pension plans. For the year ended March 31, 2007, the Corporation expensed contributions of \$1 266 503 (\$1 176 857 in 2006) under the terms of the Plan. An independent actuary determines the funded status of the plan and makes recommendations on required special payments, if any. The most recent actuarial valuation of the Plan as at April 1, 2005 determined that the Plan is not fully funded and as such special funding payments are required. Payables and accrued liabilities reflects the payment required for 2007/08 of \$681 475. The next scheduled actuarial valuation is April 1, 2008 at which time future funding requirements will be determined.

Retiring Allowances

Included in payables and accrued liabilities is an amount related to the retiring allowance plan. Information relating to the retirement allowance plan is as follows. This is based on the most recent actuarial valuation dated April 1, 2005:

Reconciliation of Accrued Benefit Obligation:	2007	2006
Balance, beginning of year	\$ 3 233 958	\$ 3 112 500
Current service cost	155 300	151 500
Interest cost	194 293	177 125
Benefits paid	(479 193)	(207 167)
Balance, end of year, and funded status - deficit	3 104 358	3 233 958
Less: Unamortized transitional obligation	1 000 000	1 200 000
Accrued benefit liability	\$ 2 104 358	\$ 2 033 958

Significant actuarial assumptions used in determining the Corporation's accrued benefit obligation were a discount rate of 6.0% and a rate of salary escalation of 2.5%.

Remittances to Governments

Province of New Brunswick

	2007	2006
Payments from net earnings	\$ 126 986 073	\$ 123 159 923
Environmental Trust Fund	1 553 865	1 417 832
Property taxes	350 246	371 426
	<u>128 890 184</u>	<u>124 949 181</u>

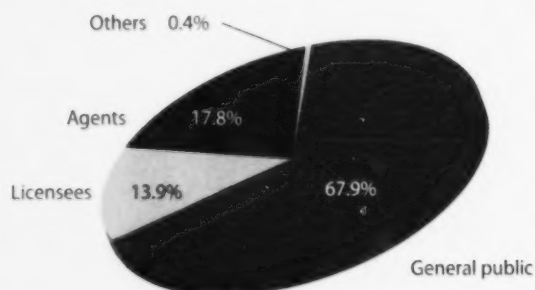
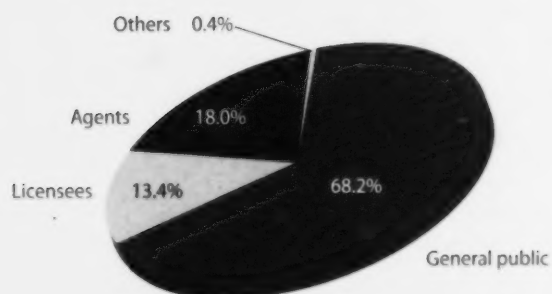
Government of Canada

Harmonized Sales Tax	27 086 420	27 131 134
Excise tax and customs duties	15 668 796	15 169 763
	<u>42 755 216</u>	<u>42 300 897</u>
	<u>\$ 171 645 400</u>	<u>\$ 167 250 078</u>

Sales by Source

2007

2006



2007

2006

General public	\$245 590 703	68.2 %	\$233 547 646	67.9%
Licensees	48 254 566	13.4	47 932 516	13.9
Agents	64 639 764	18.0	61 422 612	17.8
Others	1 421 010	0.4	1 204 270	0.4
	<u>\$359 906 043</u>	<u>100.0%</u>	<u>\$344 107 044</u>	<u>100.0%</u>

13. Commitments

The Corporation leases buildings, premises and equipment under operating leases which expire at various dates between 2008 and 2018. Certain of these operating leases contain renewal options at the end of the initial lease term. The following is a schedule, by years, of future minimum lease payments required under operating leases that have, as of March 31, 2007, initial lease terms in excess of one year:

2008	\$ 3 750 609
2009	3 466 088
2010	3 213 215
2011	2 897 375
2012	2 307 568
2013 to 2018	6 961 632
	<u><u>\$ 22 596 487</u></u>

14. Budget

The 2007 budget figures that are presented for comparison with the actual figures were approved by the Corporation's Board of Directors and have not been audited.

15. Comparative Figures

Certain 2006 comparative figures have been reclassified to conform with the financial statement presentation adopted in 2007.

Remittances to Governments

Province of New Brunswick

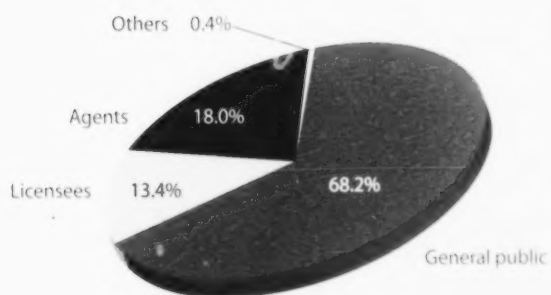
	2007	2006
Payments from net earnings	\$ 126 986 073	\$ 123 159 923
Environmental Trust Fund	1 553 865	1 417 832
Property taxes	350 246	371 426
	<u>128 890 184</u>	<u>124 949 181</u>

Government of Canada

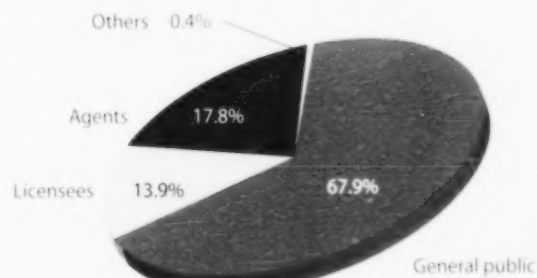
Harmonized Sales Tax	27 086 420	27 131 134
Excise tax and customs duties	15 668 796	15 169 763
	<u>42 755 216</u>	<u>42 300 897</u>
	\$ 171 645 400	\$ 167 250 078

Sales by Source

2007



2006



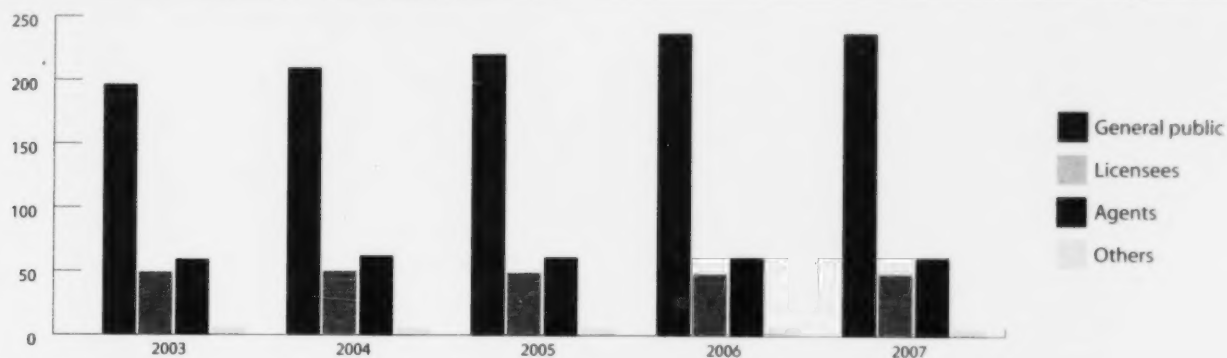
2007

General public	\$245 590 703	68.2 %
Licensees	48 254 566	13.4
Agents	64 639 764	18.0
Others	1 421 010	0.4
	<u>\$359 906 043</u>	<u>100.0%</u>

2006

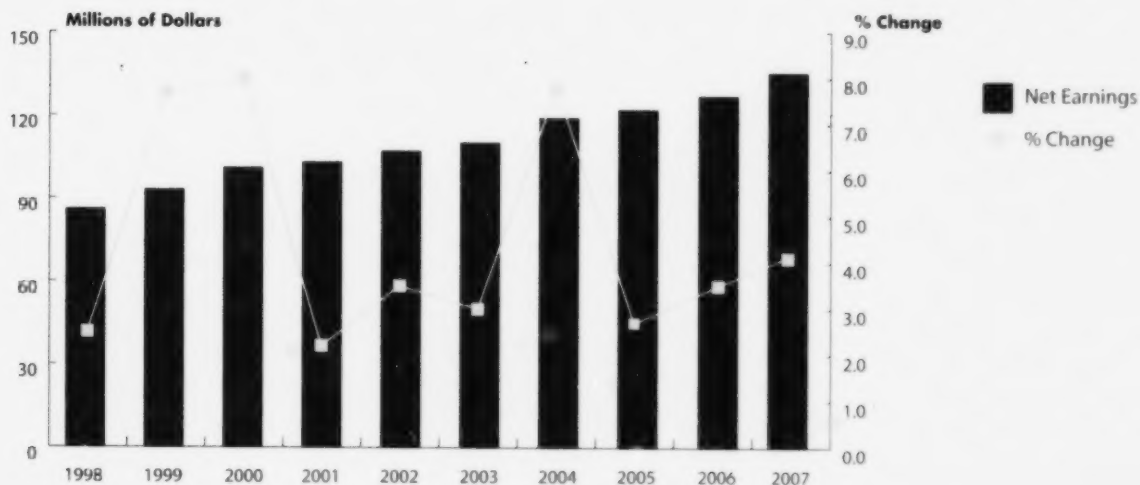
General public	\$233 547 646	67.9%
Licensees	47 932 516	13.9
Agents	61 422 612	17.8
Others	1 204 270	0.4
	<u>\$344 107 044</u>	<u>100.0%</u>

Sales by Source (millions of dollars)

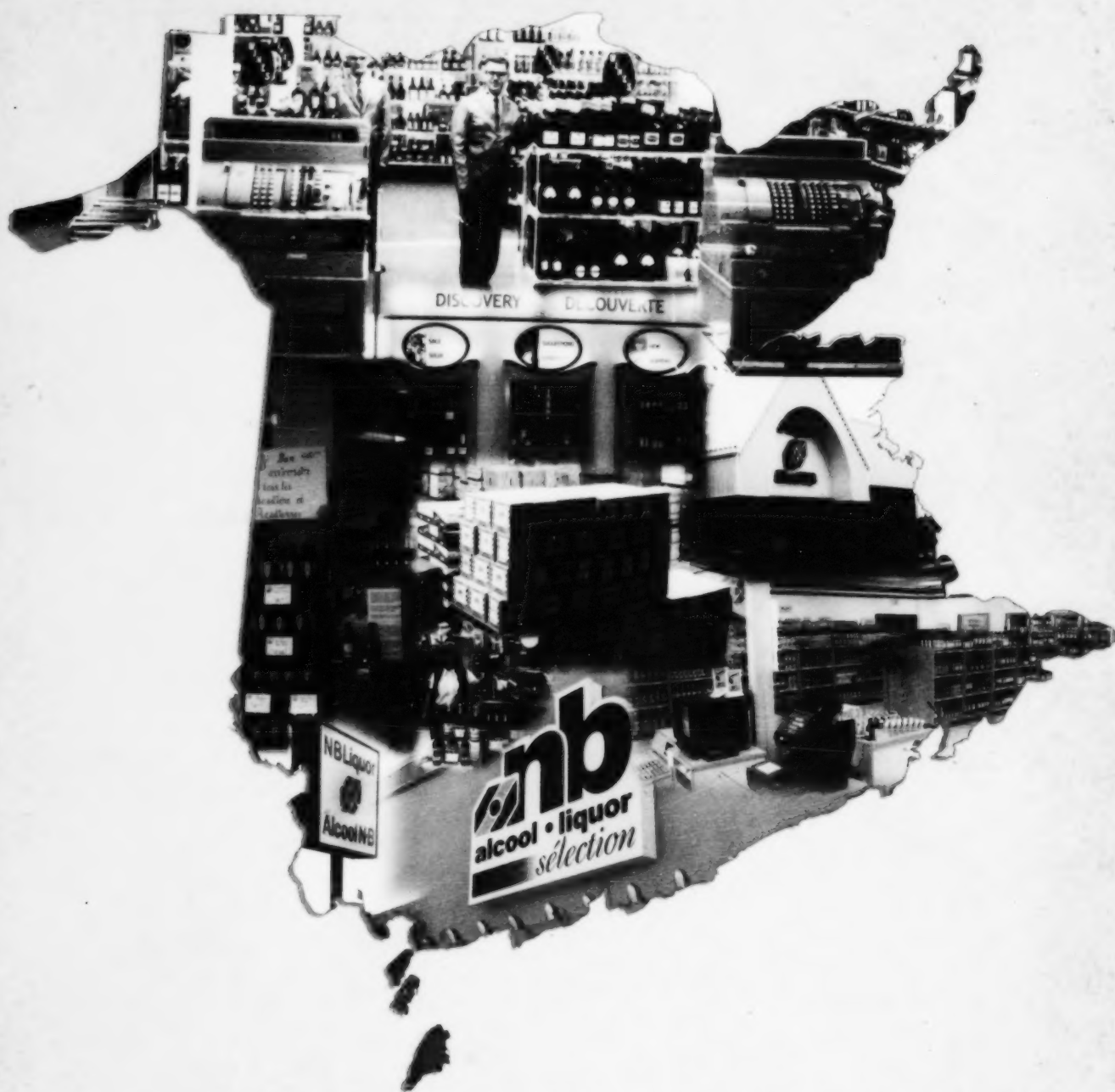


	2003	2004	2005	2006	2007
General public	196	209	220	234	246
Licensees	49	50	49	48	48
Agents	59	62	61	61	65
Others	1	1	1	1	1

Net Earnings Information



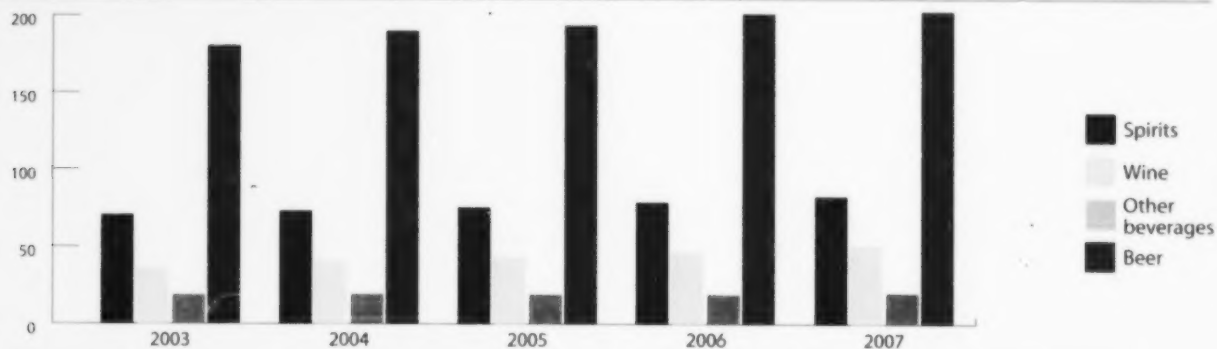
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Net Earnings (millions of dollars)	86	93	101	103	107	110	119	122	126	131
% Change	2.5	7.7	8.0	2.2	3.5	3.0	7.8	2.7	3.5	4.2



Rapport annuel 2006-2007

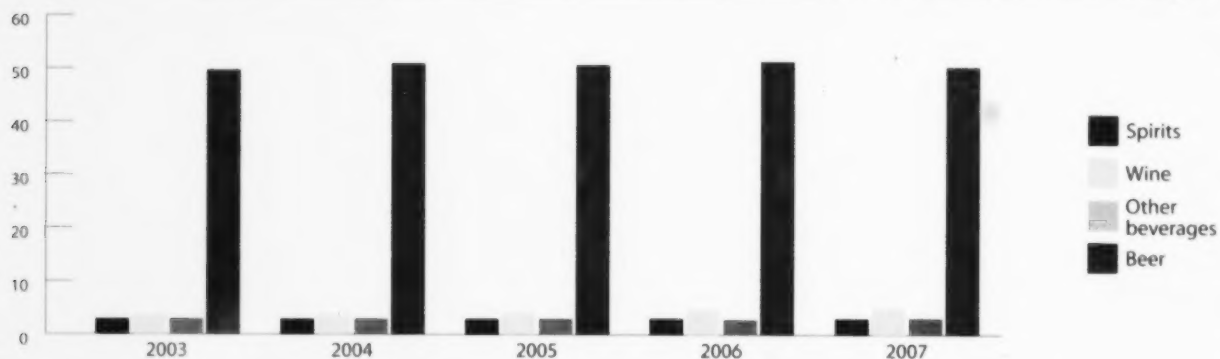
30 **nb**
alcohol • liquor
Years • Années

Total Sales (millions of dollars)



	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2003	70.5	35.9	18.7	179.9	305.0	3.1%
2004	73.0	40.2	19.2	189.5	321.9	5.5%
2005	75.3	43.3	19.0	193.4	331.0	2.8%
2006	78.2	46.7	18.8	200.4	344.1	4.0%
2007	81.9	51.3	19.5	207.2	359.9	4.6%

Litres Sold (millions of litres)



	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2003	2.83	3.69	2.92	49.56	59.00	-1.1%
2004	2.84	3.85	2.95	50.85	60.49	2.5%
2005	2.86	4.08	2.94	50.60	60.48	0.0%
2006	2.88	4.36	2.89	51.15	61.28	1.3%
2007	2.89	4.63	3.01	51.39	61.92	1.1%

Conseil d'administration

Larry Jackson, *Président*

Jean-Guy Marquis, *vice-président*

Maurice Bastarache, *administrateur*

Gisèle Basque-Roy, *administratrice*

Bayne MacMillan, *administrateur*

Belinda Thebeau, *administratrice*

Dana Clendenning, *Président et Chef de la direction*

Elizabeth Fairley, *secrétaire de la Société*

Équipe de cadres supérieurs

Dana Clendenning, *Président et Chef de la direction*

Rick Smith, *Vice-président principal et Chef des finances*

Brad Cameron, *Vice-président, Ventes et Marketing*

Mike O'Brien, *Vice-président, Chaîne d'approvisionnement et Installations*

Fred Steeves, *Vice-président, Activités des magasins*

Jane Washburn, *Vice-présidente, Ressources humaines et Relations de travail*

Table des *matière*

- 1 Message du Président du Conseil d'administration
- 2 Message du président
- 3 Une histoire qui se poursuit
- 4 Revue de l'année 2006-2007
- 8 Responsabilité sociale et environnementale
- 9 Emplacements des magasins
- 10 Renseignements financier
- 16 États financiers

La Société des alcools du Nouveau-Brunswick est une société d'état provinciale responsable des activités d'achat, d'importation, de distribution et de vente au détail de toutes les boissons alcoolisées dans la province du Nouveau-Brunswick. La Société est dirigée par un Conseil d'administration. Les décisions et instructions du Conseil d'administration sont guidées par l'article 6(3) de la Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick :

« Le Conseil gère commercialement les affaires de la Société et toutes les décisions et actions du Conseil doivent être fondées sur des pratiques commerciales saines. »



170 chemin Wilsey Road
P.O. Box / C.P. 20787
Fredericton, NB
Canada E3B 5B8
www.anbl.com

Sales by Location

Location	Public	Licensee	Total	Location	Public	Licensee	Total
Bathurst (4)	\$ 9 447 954	\$ 1 368 737	\$ 10 816 691	Neguac	\$ 2 334 491	\$ 360 219	\$ 2 694 710
Beresford	2 743 723	183 388	2 927 111	Oromocto (2)	8 341 043	1 205 164	9 546 207
Bouchouche (2)	3 901 789	368 334	4 270 123	Perth-Andover (2)	3 485 527	305 302	3 790 829
Bristol (2)	3 112 100	252 249	3 364 349	Petit-Rocher	2 904 203	262 769	3 166 972
Campbellton (1)	2 982 445	863 951	3 846 396	Quispamsis (1)	10 003 017	631 755	10 634 772
Cap-Pelé	2 492 792	148 808	2 641 600	Richibucto (3)	5 367 572	649 395	6 016 967
Caraquet (3)	5 428 143	990 100	6 418 243	Riverview (4)	10 165 496	1 665 924	11 831 420
Cocagne	1 672 017	183 377	1 855 394	Sackville (2)	5 577 749	582 169	6 159 918
Dalhousie (3)	4 266 947	455 666	4 722 613				
Dieppe	14 856 719	4 799 894	19 656 613	Saint John City			
Edmundston (3)	8 314 584	2 316 351	10 630 935	King Street	2 248 557	273 523	2 522 080
				Lansdowne Place	6 999 138	1 899 093	8 898 231
Fredericton City				Parkway Mall (1)	11 491 825	2 005 638	13 497 463
Brookside Mall (3)	8 169 409	3 757 314	11 926 723	Prince Edward Sq.	4 216 045	1 418 042	5 634 087
Devon Park (3)	7 886 883	1 121 223	9 008 106	Westwind Place	8 034 192	2 038 358	10 072 550
King Street	5 630 679	882 822	6 513 501	Total Saint John Stores	32 989 757	7 634 654	40 624 411
Prospect Street	12 942 191	1 653 295	14 595 486				
Smythe Street	4 857 162	—	4 857 162	St. Andrews	1 960 039	624 277	2 584 316
Total Fredericton Stores	39 486 324	7 414 654	46 900 978	St. George (1)	3 208 896	188 513	3 397 409
				St. Stephen (2)	5 593 947	412 742	6 006 689
Grand Bay (2)	4 411 405	308 285	4 719 690	Saint-Louis de Kent (1)	1 842 272	93 369	1 935 641
Grand Falls (4)	7 852 785	1 008 435	8 861 220	Shediac (1)	6 690 295	982 528	7 672 823
Grand Manan	1 223 570	93 899	1 317 469	Shippagan	2 533 401	277 411	2 810 812
Hampton	4 729 256	171 972	4 901 228	Sussex (2)	6 960 266	716 988	7 677 254
Lameque (1)	2 196 005	138 748	2 334 753	Tracadie-Sheila (2)	6 329 036	816 618	7 145 654
Minto (2)	2 921 853	126 201	3 048 054	Woodstock (5)	7 365 727	812 405	8 178 132
				Agent Direct Deliveries	22 351 006	—	22 351 006
Miramichi City				Warehouse	1 888 014	20 932	1 908 946
Chatham (2)	5 666 296	712 499	6 378 795	TOTAL	\$311 651 477	\$48 254 566	\$359 906 043
Newcastle (3)	7 934 496	1 187 848	9 122 344				
Total Miramichi Stores	13 600 792	1 900 347	15 501 139				
Moncton City							
Elmwood Drive (1)	7 493 094	2 521 627	10 014 721				
Main Street	1 000 927	920	1 001 847				
Moncton North	6 440 098	104 712	6 544 810				
Mountain Road (1)	8 598 117	3 538 352	12 136 469				
St. George Blvd.	4 586 284	752 425	5 338 709				
Total Moncton Stores	28 118 520	6 918 036	35 036 556				

(#) Indicates number of agents at this location

Lettre du Président du Conseil d'administration

L'honorable Victor Boudreau
Ministre des Finances
Province du Nouveau-Brunswick
Fredericton, NB

Monsieur,

En vertu de l'article 20 de la *Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick*, il me fait plaisir de soumettre le Rapport annuel de la Société des alcools du Nouveau-Brunswick pour l'année financière se terminant le 31 mars 2007.

Respectueusement soumis,



Larry A. Jackson
Président du Conseil d'administration



Agent Sales by Location

Agency Location	ANBL Location	Sales	Agency Location	ANBL Location	Sales
Allardville	Bathurst	\$ 747 205	Lac Baker	Edmundston	\$ 297 014
Alma	Riverview	295 115	Lepreau	Grand Bay	1 101 631
Arthurette	Perth-Andover	312 663	Mactaquac	Brookside Mall, Fredericton	1 666 132
Baie-Sainte-Anne	Chatham	916 946	Maisonnette	Caraquet	308 826
Balmoral	Dalhousie	1 428 599	McAdam	St. Stephen	566 488
Barnesville	Quispamsis	954 746	Memramcook	Elmwood Drive, Moncton	2 171 946
Bay du Vin	Chatham	529 631	Miscou	Lameque	284 126
Belledune	Dalhousie	1 168 339	Nackawic	Woodstock	1 336 894
Blacks Harbour	St. George	1 124 897	Norton (*)	Hampton	1 344 381
Blackville	Newcastle	901 766	Paquetville	Caraquet	2 060 818
Boiestown	Devon Park, Fredericton	535 104	Petitcodiac	Mountain Road, Moncton	1 677 940
Brantville	Tracadie-Sheila	1 573 992	Plaster Rock	Perth-Andover	1 200 543
Cambridge-Narrows	Sussex	810 676	Pointe-Sapin	Saint-Louis de Kent	349 903
Campobello	St. Stephen	243 578	Port Elgin	Sackville	1 928 972
Canaan Forks (*)	Sussex	51 457	Renous	Newcastle	976 871
Canterbury	Woodstock	370 040	Richibucto-Village	Richibucto	711 714
Centreville	Bristol	1 113 879	Riley Brook	Grand Falls	180 511
Charlo	Dalhousie	930 065	Riverside-Albert	Riverview	322 447
Chipman	Minto	1 259 027	Rogersville	Richibucto	1 614 332
Clair	Edmundston	800 517	Saint-Antoine	Bouctouche	2 054 900
Debec	Woodstock	493 193	Saint-Arthur	Campbellton	345 150
Dooktown	Devon Park, Fredericton	723 430	Saint-Isidore	Tracadie-Sheila	872 456
Dorchester	Sackville	337 538	Saint-Paul	Bouctouche	412 135
Douglas Harbour	Minto	461 722	Saint-Quentin	Grand Falls	1 781 274
Dumfries	Woodstock	411 452	Saint-Sauveur	Bathurst	318 620
Fredericton Junction	Oromocto	1 111 409	Sainte-Anne-de-Madawaska	Edmundston	734 827
Gagetown	Oromocto	692 199	Salisbury	Riverview	2 583 993
Grande-Anse	Caraquet	790 844	South Tetagouche	Bathurst	467 369
Harcourt	Richibucto	511 899	Saint-Léonard	Grand Falls	903 143
Hartland	Woodstock	1 642 651	St. Martins	Parkway Mall, Saint John	624 670
Harvey	Devon Park, Fredericton	1 302 115	Stanley	Brookside Mall, Fredericton	861 052
Haute-Aboujagane	Shediac	762 560	Sunny Corner	Newcastle	1 200 235
Hillsborough	Riverview	1 049 112	Welsford	Grand Bay	1 043 383
Janeville	Bathurst	359 942	Youngs Cove	Sussex	601 072
Juniper	Bristol	381 449	Zealand	Brookside Mall, Fredericton	1 135 460
Kedgwick	Grand Falls	1 237 226	Manufacturer Agents	Head Office, Fredericton	261 553
			TOTAL		\$ 64 639 764

(*) Agency store closed during the year.

Message du *président*

Il me fait plaisir de vous présenter le Rapport annuel 2006-2007 d'Alcool NB Liquor (ANBL). À nouveau, comme le veut la tradition, nous sommes un important générateur de revenus pour la province, après avoir atteint et dépassé tous les buts financiers et fiduciaires. Le revenu net a augmenté de 4,25 pour cent pour dépasser 131 millions de dollars, principalement grâce à une croissance majeure des ventes de vins. Les versements à la Province du Nouveau-Brunswick se chiffraient à 126 986 073 \$ comparativement à 123 159 923 \$ en 2005-2006.

Ce rapport annuel 2006-2007, intitulé «30 ans d'histoire», marque une étape importante dans la vie de la Société, soit notre 30^e anniversaire. Je souhaite que vous aimerez notre rappel historique dans la section intitulée «Une histoire qui se poursuit».

ANBL a poursuivi la mise en oeuvre d'un certain nombre d'améliorations des systèmes et des processus en 2006-2007. L'installation d'un nouveau système de nouvelle génération de Point de vente (PDV) dans tous les magasins de détail a été complétée. Ce projet qui a duré deux ans comprenait du nouveau matériel et un nouveau logiciel qui présente une infrastructure de communications de pointe entre les magasins, le Siège social, les fournisseurs de services de transactions par carte de crédit et de débit, et les usagers internes.

Des nouveaux magasins ont été ouverts à Perth-Andover et Grand-Sault en 2006-2007 et deux nouveaux magasins «Sélection» ont ouvert leurs portes à Edmundston et sur la rue Prospect à Fredericton. Nous avons continué la mise en place du nouveau décor et du nouvel affichage intérieur et extérieur qui a commencé en 2005. Quinze magasins de la Société ont été modifiés, ce qui a porté le nombre de magasins rénovés à 29 à la fin de 2006-2007.

La réorganisation du service des Ventes et Marketing a mené à la création d'un nouveau système de gestion par catégories, y compris des gestionnaires, des gammes de produits et des plans de sous-catégories précis.

La division des Ressources humaines et Relations de travail a également été réorganisée en 2006-2007 et le service a lancé un nouveau processus de gestion du rendement des employés pour faire correspondre les pratiques des ressources humaines à la stratégie d'ANBL. Ce changement

a mené à une approche plus concentrée des ressources humaines et une simplification des processus.

Les retraites à la direction d'ANBL en 2006-2007 comprenaient la Présidente et Chef de la direction, Barbara Winsor, et le Vice-président directeur, Jack Dorcas.

À la suite de l'engagement envers l'exploitation d'une entreprise efficace et rentable, le processus de planification stratégique a été accéléré à l'automne 2006 et la Société a entrepris l'élaboration d'un plan stratégique quinquennal. Ce nouveau plan a été élaboré neuf mois plus tôt en raison de changements considérables au niveau des cadres supérieurs. De plus, l'ancien plan quinquennal était considérablement terminé et les points qui n'avaient pas été atteints ont été reportés.

Le nouveau plan pour 2007-2012 a été élaboré à la suite d'un processus de consultation à grande échelle à tous les niveaux y compris le personnel des magasins, les cadres intermédiaires, les cadres supérieurs jusqu'au Conseil d'administration. Il assure une responsabilité et nous permet de mesurer les progrès et les résultats à tous les niveaux de l'entreprise.

Je tiens à remercier le Conseil d'administration, le personnel du Siège social et les employés des magasins ainsi que tous nos fournisseurs pour leur accueil chaleureux à ANBL. Les plans sont maintenant en place pour assurer notre croissance continue et une rentabilité optimale au cours de la prochaine année et nous avons l'intention de maximiser nos réussites et dépasser nos buts.

Sincèrement,



Dana Clendenning,
Président et Chef de la direction





170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tel. : (506) 452-6826
fax. / téléc. : (506) 462-2024
www.anbl.com

MANAGEMENT REPORT

The preparation of financial information is an integral part of management's responsibilities, and the accompanying financial statements are the responsibility of the management of the Corporation. This responsibility includes the selection of appropriate accounting policies and making judgments and estimates consistent with generally accepted accounting principles in Canada. Financial information presented elsewhere in this Annual Report is consistent with these financial statements.

The Corporation maintains the necessary internal controls designed to provide reasonable assurance that relevant and reliable financial information is produced and that assets are properly safeguarded. The Internal Audit department performs audits designed to test the adequacy and consistency of the Corporation's internal controls, practices and procedures.

The Board of Directors is assisted in its responsibilities by its Audit Committee. This committee reviews and recommends approval of the financial statements and Annual Report, meets periodically with management, the Manager of Internal Audit and the external auditors, concerning internal controls and all other matters relating to financial reporting.

Grant Thornton, LLP, the external auditors of the Corporation, have performed an independent audit of the financial statements of the Corporation in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. The Auditor's Report outlines the scope of this independent audit and the opinion expressed.

Dana Clendenning
President & CEO

Richard A. Smith, C.G.A., C.M.A.
Senior Vice-President & CFO

May 23, 2007

Une histoire *qui se poursuit*

La Régie des alcools du Nouveau-Brunswick a été créée lorsque la prohibition a cessé en 1927. Son mandat était de légiférer tous les aspects reliés à l'industrie des boissons alcoolisées dans la province. En 1962, une réorganisation et un changement de nom à la Commission des alcools du Nouveau-Brunswick ont poussé la Commission à revoir son rôle. À cette fin, un accent sur la vente au détail a été mené et, en 1969, la Commission a ouvert le magasin Devon Park, (Fredericton) le premier magasin à libre service d'alcool au Canada.

Le 1^{er} avril 1976, la Société des alcools du Nouveau-Brunswick a été constituée et a assumé officiellement la responsabilité pour la vente au détail des boissons alcoolisées dans la province." Essentiellement, ceci séparait le rôle d'achat et de vente au détail de celui des permis et de la conformité à la *Loi sur la réglementation des alcools*. L'importance de ce changement a été mise en évidence par l'embauche du premier Directeur général de la Société, le Col. (à la retraite) Jack Ensor, ancien Chef de la direction de Ganong Chocolates, un entrepreneur solide et respecté du milieu des affaires et un héros de la Deuxième Guerre mondiale. À ce moment, Alfred Landry a été nommé Président du Conseil et le premier Conseil d'administration, formé de personnes ayant différents antécédents et niveaux d'expérience, a également été nommé.

De 1976 à 2006, le visage de la distribution des boissons alcoolisées a changé considérablement. Grâce à des équipes de direction et des Conseils d'administration solides qui assuraient une administration et une gestion professionnelles, la Société a acquis une maturité comme détaillant solide et dynamique.

Les faits saillants de la première décennie, 1976-1986, comprenaient l'ouverture de magasins à Quispamsis, Dieppe, Brunswick Square (Saint John), Brookside Mall (Fredericton), Centre Chaleur (Bathurst), Chipman, Saint-Louis-de-Kent, Market Square (Saint John), Beresford, Hartland, Carrefour (Edmundston) et Grand Bay ainsi que deux magasins licenciés à Moncton et Saint John. Du marketing à petite échelle a également été lancé pour viser le nombre croissant de baby-boomers sur le marché du travail.

La deuxième décennie d'activités, 1986-1996, a mené à une augmentation du nombre de magasins, des ventes et des profits pour la Société. Cependant, la tendance à la baisse des volumes de ventes, qui avait débuté avec la récession de 1982-1983, a mené à une baisse de la consommation par personne à la fin de 1985-1986. Les ventes de spiritueux ont baissé tandis que celles de la bière et du vin ont augmenté.

En 1996, le taux de consommation par personne a continué de baisser, incitant la Société à élaborer des programmes de marketing plus créatifs, y compris l'introduction de promotions de marchandisage en magasin. Après une importante période de transition, un réseau de magasins de franchise privés a été élaboré et totalisait 65 magasins à la fin de 1996-1997.

	1976- 1977	1986- 1987	1996- 1997	2006- 2007
Ventes (en millions \$)	99,7	203,7	233,8	359,9
Revenu net (en millions \$)	33,1	73,5	83,4	131,5
Dépenses d'exploitation (en millions \$)	11,3	20,6	25,3	40,5
Magasins	65	74	54	51
Magasins licenciés	0	2	1	0
Magasins de franchise	0	0	65	69
Employés	506	444	356	422

La prochaine décennie, 1996-2006, a apporté des changements considérables et des progrès dans de nombreux secteurs de la Société, y compris l'établissement d'une nouvelle image de marque à Alcool NB Liquor et un réseau de vente au détail redessiné." De nombreux changements esthétiques ont été apportés et, à l'heure actuelle, seulement 11 magasins de la Société n'ont pas reçu les mises à niveau du décor intérieur et de l'affichage extérieur. Des nouveaux magasins sont apparus à Grand-Sault, Perth-Andover, Edmundston, Parkway Mall (Saint John), Dieppe, chemin Mountain et promenade Elmwood (Moncton), Bouctouche, Richibucto, Grand Bay, rue Prospect, rue Smythe et Devon Park (Fredericton). Nous sommes loin des magasins d'il y a 30 ans. Ces magasins comprennent des grandes chambres froides pour la bière, des vins réfrigérés et un aménagement plus convivial pour les clients.

De nos débuts avec 43 magasins à libre service, trois magasins à libre service de bière seulement et 19 magasins à service au comptoir en 1976-1977 jusqu'à nos 51 magasins de la Société et 69 magasins de franchise en 2006-2007, ANBL mérite de célébrer son 30^e anniversaire pour sa croissance continue et son engagement envers le service à la clientèle.

Joyeux 30^e anniversaire ANBL !

Auditors' Report

To the Directors of the
New Brunswick Liquor Corporation

We have audited the balance sheet of the **New Brunswick Liquor Corporation** at March 31, 2007 and the statements of earnings and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2007 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Grant Thornton LLP

Fredericton, New Brunswick
May 23, 2007

Grant Thornton LLP
Chartered Accountants

570 Queen Street
P.O. Box 1054
Fredericton, NB E3B 5C2
T (506) 458-8200
F (506) 453-7029
E Fredericton@GrantThornton.ca
W www.GrantThornton.ca

Canadian Member of Grant Thornton International

Balance Sheet

	MARCH 31	
ASSETS	2007	2006
Current Assets		
Cash	\$ 3 026 274	\$ 940 596
Receivables	2 692 141	2 428 048
Inventories (note 3)	17 831 352	16 513 988
Prepaid expenses	427 574	463 446
	<u>23 977 341</u>	<u>20 346 078</u>
Deposit - injured workers (note 4)	698 505	737 920
Property, plant and equipment (note 5)	<u>12 671 780</u>	<u>11 825 845</u>
	<u>\$ 37 347 626</u>	<u>\$ 32 909 843</u>
LIABILITIES		
Current Liabilities		
Payables and accrued liabilities	<u>\$ 18 197 887</u>	<u>\$ 18 256 659</u>
EQUITY OF THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK		
Balance at beginning of year	14 653 184	11 690 104
Net earnings	<u>131 482 628</u>	<u>126 123 003</u>
	146 135 812	137 813 107
Payments to the Province of New Brunswick	<u>126 986 073</u>	<u>123 159 923</u>
Balance at end of year	<u>19 149 739</u>	<u>14 653 184</u>
	<u>\$ 37 347 626</u>	<u>\$ 32 909 843</u>
Commitments (note 13)		
See accompanying notes to the financial statements		

APPROVED BY THE BOARD:

Maurice Bostanube
Director

[Signature]
Director

Statement of Earnings

Year ended March 31

	Budget 2007	Actual 2007	Actual 2006
Total sales (note 6)	\$ 355 871 502	\$ 359 906 043	\$ 344 107 044
Less: commissions	4 850 099	4 999 252	4 679 139
Net sales	351 021 403	354 906 791	339 427 905
Cost of sales (note 7)	183 310 747	184 386 176	176 518 333
Gross profit	167 710 656	170 520 615	162 909 572
Other income (note 8)	1 334 477	1 502 847	1 557 575
	169 045 133	172 023 462	164 467 147
Operating expenses (note 9)	41 311 546	40 540 834	38 344 144
Net earnings	\$ 127 733 587	\$ 131 482 628	\$ 126 123 003

See accompanying notes to the financial statements

Statement of Cash Flows

Year ended March 31

CASH FROM OPERATIONS

	2007	2006
Net earnings	\$ 131 482 628	\$ 126 123 003
Items not involving cash:		
Depreciation	2 173 789	1 916 040
Loss on sale of property, plant and equipment	528 086	12 043
Decrease in deposit - injured workers	39 415	46 900
Change in non-cash working capital	(1 604 357)	(934 539)
Cash available from operations	<u>132 619 561</u>	<u>127 163 447</u>

NET CAPITAL INVESTMENTS

Additions to property, plant and equipment	(3 728 895)	(3 469 992)
Proceeds from sale of property, plant and equipment	181 085	234 124
Net cash used for capital investments	<u>(3 547 810)</u>	<u>(3 235 868)</u>

PAYMENTS TO THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK

	<u>(126 986 073)</u>	<u>(123 159 923)</u>
--	----------------------	----------------------

INCREASE IN CASH

	2 085 678	767 656
--	-----------	---------

CASH AT BEGINNING OF YEAR

	940 596	172 940
--	---------	---------

CASH AT END OF YEAR

\$ 3 026 274	\$ 940 596
---------------------	-------------------

See accompanying notes to the financial statements

Revue de l'année 2006-2007 *Continuée*

Sept magasins de franchise ont également reçu une mise à niveau de l'affichage extérieur.

Des parties du Siège social ont été rénovées en 2006-2007 afin de moderniser le décor de 35 ans et créer des nouveaux espaces de bureau. Les ascenseurs pour personnes et marchandises ont été remis à niveau pour se conformer avec les nouveaux codes du bâtiment et les normes de protection de l'environnement.

À la suite de la conversion du Siège social au gaz naturel en 2005-2006, des économies considérables ont été réalisées en termes de chauffage en 2006-2007. Les émissions des chaudières ont aussi été réduites, ce qui est bénéfique pour l'environnement.

La division de la Chaîne d'approvisionnement a continué de réaliser des améliorations considérables en termes de gestion globale du réseau et d'améliorations de la prestation de services aux magasins et franchisés d'ANBL en 2006-2007.

La division a joué un rôle de premier plan dans le rassemblement des régies d'alcool de l'Atlantique pour l'élaboration d'un devis commun pour la fourniture de services de transport outre-mer et de groupement du fret océanique. L'appel d'offres prendra fin au début de la prochaine année financière et nous prévoyons qu'il apportera de grandes économies sur le transport pour les participants.

Un autre appel d'offres important en 2006-2007 était pour des services de transport entrant des États-Unis, à partir de divers points aux É.-U. jusqu'à l'entrepôt central. Des nouveaux trajets et tarifs ont été établis, ce qui entraînera des coûts réduits et un mouvement plus efficace des produits.

L'entrepôt a connu des augmentations de tous les éléments de productivité au cours de l'année. Plus de 4 108 000 caisses ont été expédiées et reçues, ce qui représente une augmentation de 7.4 pourcent par rapport à 2005-2006 et le taux de productivité de déchargement était de 270 caisses par heure.

Ventes et marketing

Des changements importants ont été apportés au service des Ventes et Marketing en 2006-2007, avec une modification de la structure et l'introduction de la gestion par catégories pour la première fois de l'histoire de la Société. Des plans de



La Société offre plus de 2 500 marques.

gamme de produits ont été élaborés selon le format, la demande et les tendances de la catégorie. Cette approche disciplinée a réaligné nos priorités vers la croissance du volume par une vente reposant sur les faits. Ceci mènera à un processus plus facile à mesurer et à gérer pour apporter une disponibilité et un choix améliorés de produits.

ANBL a poursuivi son engagement envers les activités communautaires en commanditant et en collaborant avec les organisateurs de Festivals des vins partout à travers la province. Depuis la Fête des vins du Club Rotary de Sackville jusqu'au Salon de Vins Français d'Edmundston et tous les autres, nous sommes fiers d'avoir donné notre appui à ces événements qui, en 2006-2007, ont permis de générer plus de 200 000 \$ pour les organismes de bienfaisance locaux.

En 2006-2007, le sommelier d'ANBL a continué d'offrir son appui à un nombre croissant de titulaires de permis de la province, y compris en offrant de la formation sur le vin, des présentations et en créant des listes de vins améliorées. De nombreux établissements de Caraquet, Fredericton et Moncton ont profité de ce service unique. Le sommelier a offert de nombreux ateliers éducatifs lors des festivals et événements spéciaux au cours desquels il offrait aux consommateurs des occasions d'accroître leurs connaissances du monde des vins, de la bière et des spiritueux.

Revue de l'année 2006-2007 *Continuée*

Activités des magasins

Le réseau de vente au détail d'ANBL est demeuré inchangé en 2006-2007 avec ses 51 magasins et 69 magasins de franchise dont 12 ont signé des nouveaux contrats de 10 ans et huit ont signé des contrats de renouvellement optionnels à : Saint Antoine, Boiestown, Douglas Harbour, Saint-Quentin, Canterbury, Hillsborough, Baie-Sainte-Anne, Harvey, Zealand, Rogersville, Blacks Harbour, Stanley, Mactaquac, Lac Baker, Saint-Paul, Port Elgin, South Tetagouche, Maisonnnette, Doaktown et Kedgwick.

Des conventions de magasin de franchise de fabricant ont été signées à St-Édouard-de-Kent, Waterside et Moncton portant le nombre de vineries artisanales dans la province à 10.

En 2006-2007, la vérification de fichier de prix de magasin de franchise a été élargie pour atteindre 16 magasins de franchise. La vérification de fichier de prix dans ces magasins est passée d'un processus nécessitant beaucoup de travail à un processus automatisé. Cette initiative d'amélioration continue est bénéfique pour les consommateurs puisqu'elle assure un prix exact des produits aux magasins de franchise et réduit les coût de main-d'oeuvre pour ANBL et le franchisé.

Une application de commande en ligne pour les magasins de franchise a été développée et mise à l'essai. Ce système donnera éventuellement aux franchisés de la Société un système d'entrée de commande 24 heures par jour ainsi qu'un accès de communication pour les autres transactions commerciales. Le système offre aux franchisés de nombreuses options pour passer leurs commandes et une interface uniforme avec les voies centrales d'ANBL et de service des magasins d'alcool.

Ressources humaines et Relations de travail

La division des Ressources humaines a également subi des changements considérables en 2006-2007 alors qu'elle est passée des pratiques traditionnelles de ressources humaines à un accent stratégique des RH. Ceci a mené au développement de nouveaux processus qui ont amélioré le niveau de service et aligné la division avec la stratégie de la Société.

Un autre facteur en 2006-2007 était l'élaboration d'un plan de succession pour limiter l'impact du nombre considérable de retraites d'employés qui sont prévues au cours des cinq prochaines années. La première initiative sera mise en oeuvre

l'année prochaine et on prévoit développer un groupement de meneurs talentueux en préparation pour les occasions futures.

La formation demeure une priorité avec un accent sur le développement de connaissances sur les produits et la vente au détail pour les employés en magasin. Le nombre d'employés qui ont terminé les préalables pour un avancement de carrière dans la Société a augmenté de 10,26 %.

Le comité de Relations patronales-syndicales continue son succès. Un seul grief a été déposé en 2006-2007 et il a été résolu au premier niveau. Les représentants des employés et de la direction ont entrepris un exercice d'évaluation mixte des emplois pour évaluer la valeur relative de tous les postes syndiqués. Cet exercice sera complété au cours de la prochaine année financière.



ANBL continue de suivre et d'appuyer les recommandations du Commissaire aux langues officielles sur des occasions d'améliorer la prestation de services dans les deux langues officielles.

L'année financière 2006-2007 marque la fin du plan stratégique quinquennal. Grâce au dévouement de notre personnel, ANBL a dépassé son objectif financier de livrer 600 millions de dollars à la province et atteint la plupart des objectifs d'efficacité et d'exploitation. Au moment où nous entreprenons un nouveau plan quinquennal, notre personnel, la direction et le Conseil d'administration demeurent engagés à desservir la population du Nouveau-Brunswick.

Le présent rapport annuel est présenté à l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick et il est disponible en ligne au www.anbl.com. En vertu de la Loi sur l'accès à l'information, nos dossiers sont ouverts au public. ANBL est responsable auprès du gouvernement du Nouveau-Brunswick et de la population de la province.

Responsabilité sociale et environnementale

Les boissons alcoolisées sont acceptées dans notre société depuis de nombreuses années, plus particulièrement lorsqu'elles sont consommées en modération. ANBL joue un rôle actif dans la promotion de la consommation responsable pour toute la population du Nouveau-Brunswick.

En vertu de la *Loi sur la réglementation des alcools du Nouveau-Brunswick*, ANBL doit surveiller et mettre en application deux articles de la Loi reliés aux questions sociales. En octobre 2006, une agente permanente aux programmes de responsabilité sociale à temps plein a été nommée pour diriger ce mandat d'ANBL.

En décembre 2006, ANBL a lancé la campagne «Nombreux moyens», en collaboration avec les autres régies d'alcool du Canada atlantique. La campagne s'adressait aux jeunes adultes avec le message qu'il y a de nombreux moyens de se rendre à la maison en sécurité et qu'il suffit d'en choisir un. La campagne multimédia créative a bien été reçue par les auditoires cibles et a remporté de nombreux prix.

À ANBL, nous avons des mesures en place qui empêchent la vente de boissons alcoolisées aux mineurs. En collaboration avec la section locale 963 du SCFP, ANBL maintient un programme provincial «CHECK 25» selon lequel les employés des magasins vérifient l'identité des personnes qui semblent être âgées de moins de 25 ans avant de les servir.

Les employés des magasins sont formés pour refuser de servir toute personne qui ne peut montrer une preuve d'identité valide. Ce programme assure que nous servons uniquement les personnes ayant l'âge légal pour boire. Il est évident que ce programme fonctionne. En 2006-2007, les employés des magasins de la province ont défié 128 035 personnes et ont refusé de servir 5 740.

ANBL s'est engagée à accroître sa participation aux programmes qui encouragent la consommation responsable des boissons alcoolisées. En s'associant à des organismes comme Les Mères contre l'alcool au volant (MADD), Ados contre l'ivresse au volant (TADD) et la GRC, nous aidons à répandre le message que la consommation d'alcool avant de conduire un véhicule motorisé est un mélange dangereux qui pourrait être mortel. Les statistiques démontrent à quel point ce mélange peut être mortel. Le Sondage sur la sécurité routière 2006 a signalé que 74 000 Canadiens ont été blessés dans les collisions reliées à l'alcool et 1 350 ont été tués.

En 2006, ANBL a commandité cinq présentations de MADD dans des écoles élémentaires de la province. Ces

présentations ont été extrêmement bien reçues par les élèves et administrateurs scolaires.



Gendarme Tammy Ward, GRC

Afin d'aider à accroître le nombre de sections TADD dans la province, ANBL a fait un don de 10 000 \$ à l'organisme en février 2007. La gendarme Tammy Ward de la GRC, qui est en affectation pour deux ans dans la province du Nouveau-Brunswick, a créé des matériaux de ressource et des présentations qui lui ont permis d'augmenter le nombre de sections TADD dans la province à 27. «ANBL a

pris l'initiative de communiquer avec TADD et ils ont démontré immédiatement leur intérêt à appuyer nos efforts», déclare la gendarme Tammy Ward. Le fait de voir une entreprise comme ANBL nous approcher avec ce niveau d'engagement est exceptionnel. Cet appui permet d'apporter le programme TADD dans plus d'écoles et donnera aux élèves les connaissances nécessaires pour faire des choix plus sûrs.

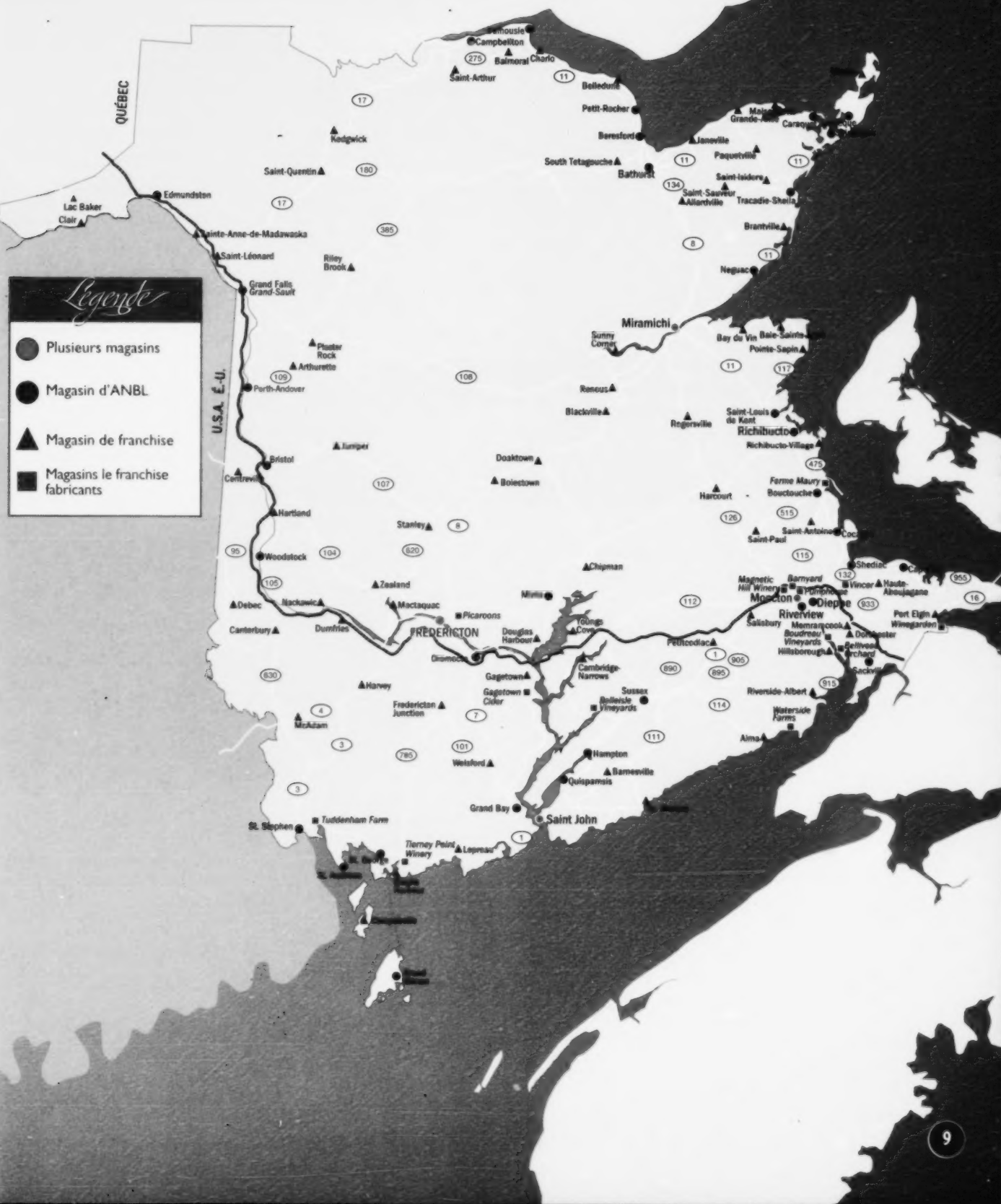
Du côté environnemental, ANBL a continué d'atteindre son objectif de responsabilité environnementale en 2006-2007. Un certain nombre de programmes de recyclage se sont poursuivis au cours de l'année pour réduire la quantité de déchets dans les sites d'enfouissement. Depuis 1992, tous les récipients à boissons alcoolisées dans les magasins d'ANBL répondent aux normes et ils sont soit recyclables ou remplissables. Le taux de remboursement sur les bouteilles de bière remplissables dépasse 96 pour cent tandis que le taux de remboursement sur les récipients recyclables maintient le rythme à plus de 75 pour cent.

ANBL a lancé le programme de sacs «enviro» de toile réutilisables pour quatre bouteilles dans les magasins en 2006-2007. Avec un prix de détail de 4,95 \$, ces sacs ont connu beaucoup de succès chez les clients et la commande initiale de 5 000 a été écoulee rapidement.

Dans la conception des nouveaux bâtiments, ANBL a augmenté l'isolant de la norme R20 à la norme R40 pour la toiture de tous les nouveaux magasins. Ce changement a mené à une enveloppe plus éconergique. De plus, le gaz naturel est le nouveau choix pour le chauffage et le refroidissement, lorsque c'est possible. Quatre magasins d'ANBL et l'entrepôt central utilisent actuellement le gaz naturel.

ANBL continuera de jouer un rôle de leadership dans les questions d'ordre social et environnemental qui sont pertinentes pour nos clients et notre entreprise.

Emplacements des magasins



Information financiers

Information d'exploitation

	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre de magasins ANBL	49	49	50	51	51
Nombre de magasins de franchise	73	72	72	71	69
Nombre d'employés ANBL permanents	373	393	399	388	422
Nombre de produits régulier listés	1813	1956	2125	2245	2571

Statistiques de la consommation (Âge légal)

2007				2006		
Litres Total	Litres par Capita	Ventes par Litre		Litres Total	Litres par Capita	Ventes par Litre
2 884 427	4,87	28,41 \$	Spiritueux	2 879 915	4,87	27,14 \$
4 632 462	7,82	11,08	Vin	4 356 636	7,37	10,71
3 011 961	5,09	6,46	Autres boissons	2 885 293	4,88	6,52
51 387 615	86,80	4,03	Bière	51 152 414	86,49	3,92

Remis aux gouvernements

Province du Nouveau-Brunswick

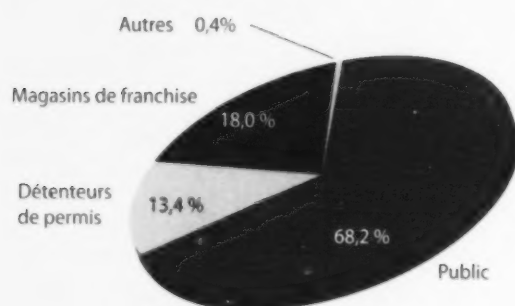
	2007	2006
Paielements provenant du bénéfice net	126 986 073 \$	123 159 923 \$
Fonds en Fiducie pour l'Environnement	1 553 865	1 417 832
Impôt perçu sur les immobilisations	350 246	371 426
	<u>128 890 184</u>	<u>124 949 181</u>

Gouvernement du Canada

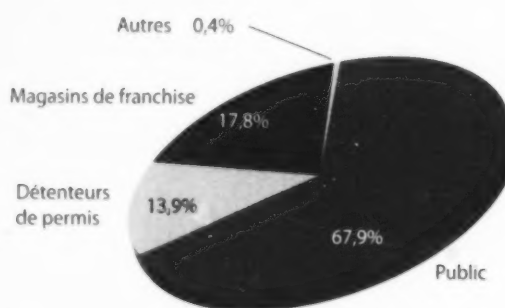
Taxe de vente harmonisée	27 086 420	27 131 134
Droits de taxe d'accise et douane	15 668 796	15 169 763
	<u>42 755 216</u>	<u>42 300 897</u>
	<u>171 645 400 \$</u>	<u>167 250 078 \$</u>

Ventes par source

2007



2006



2007

Public	245 590 703 \$	68,2 %
Détenteurs de permis	48 254 566	13,4
Magasins de franchise	64 639 764	18,0
Autres	1 421 010	0,4
	<u>359 906 043 \$</u>	<u>100,0 %</u>

2006

Public	233 547 646 \$	67,9 %
Détenteurs de permis	47 932 516	13,9
Magasins de franchise	61 422 612	17,8
Autres	1 204 270	0,4
	<u>344 107 044 \$</u>	<u>100,0 %</u>

Remis aux gouvernements

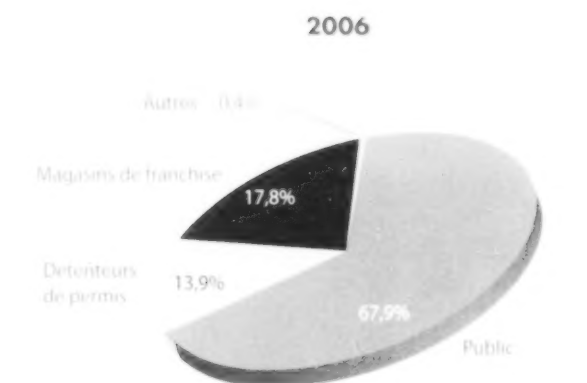
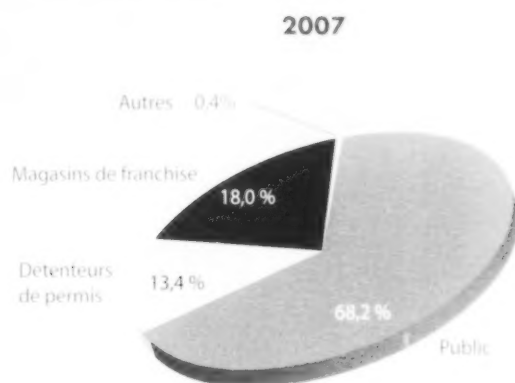
Province du Nouveau-Brunswick

	2007	2006
Paielements provenant du bénéfice net	126 986 073 \$	123 159 923 \$
Fonds en Fiducie pour l'Environnement	1 553 865	1 417 832
Impôt perçu sur les immobilisations	350 246	371 426
	128 890 184	124 949 181

Gouvernement du Canada

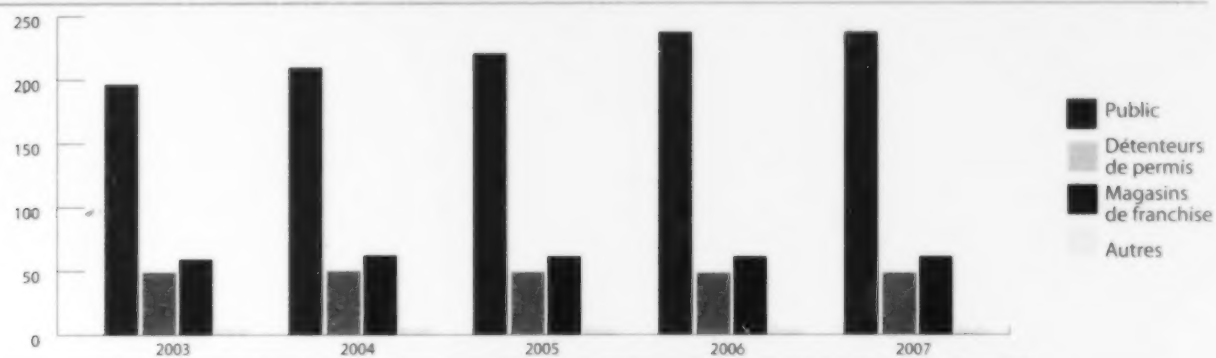
Taxe de vente harmonisée	27 086 420	27 131 134
Droits de taxe d'accise et douane	15 668 796	15 169 763
	42 755 216	42 300 897
	171 645 400 \$	167 250 078 \$

Ventes par source



	2007		2006	
Public	245 590 703 \$	68,2 %	233 547 646 \$	67,9 %
Détenteurs de permis	48 254 566	13,4	47 932 516	13,9
Magasins de franchise	64 639 764	18,0	61 422 612	17,8
Autres	1 421 010	0,4	1 204 270	0,4
	359 906 043 \$	100,0 %	344 107 044 \$	100,0 %

Ventes par source (millions de dollars)

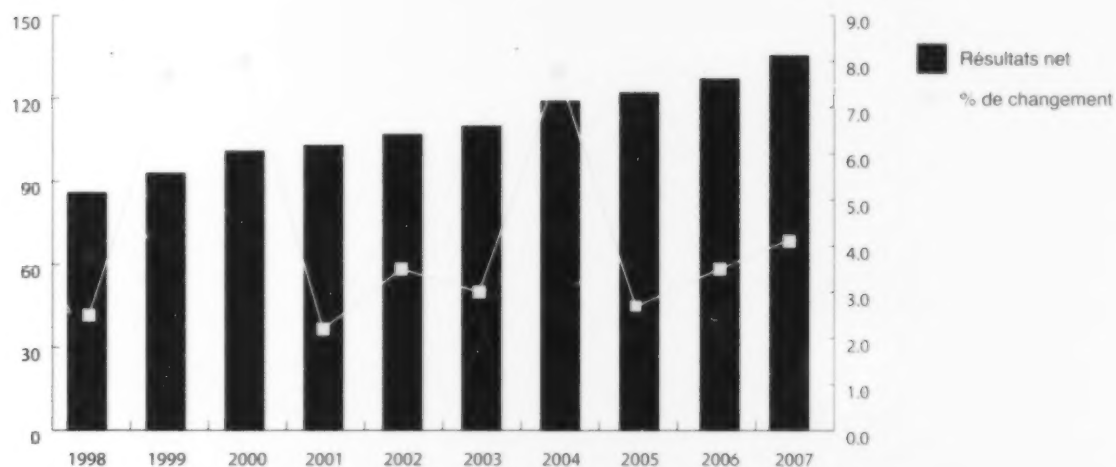


	2003	2004	2005	2006	2007
Public	196	209	220	234	246
Détenteurs de permis	49	50	49	48	48
Magasins de franchise	59	62	61	61	65
Autres	1	1	1	1	1

Information sur les résultats net

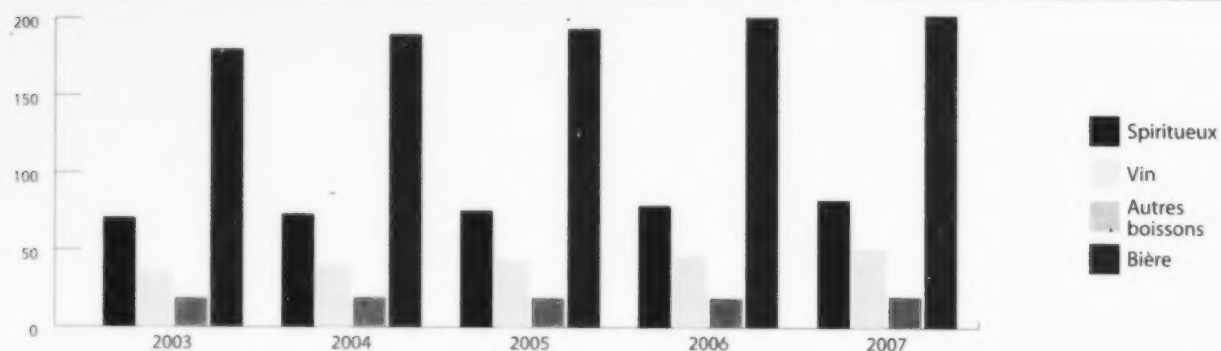
millions de dollars

% de changement



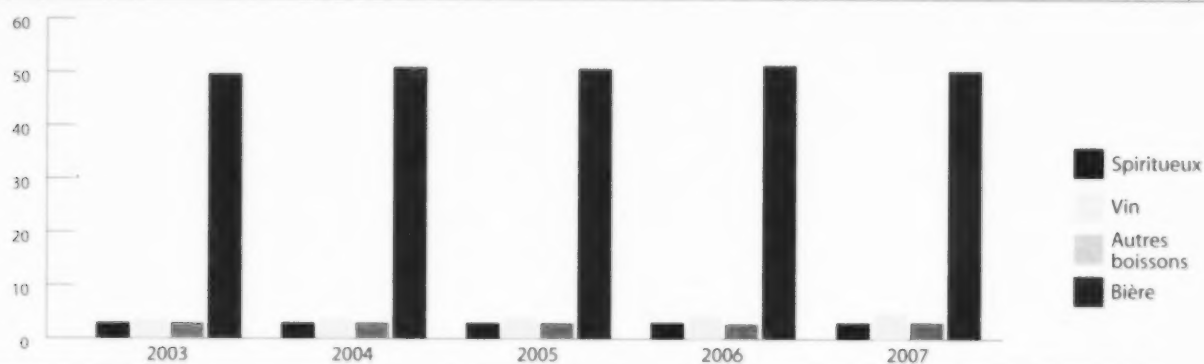
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Résultats net (millions de dollars)	86	93	101	103	107	110	119	122	126	131
% de changement	2,5	7,7	8,0	2,2	3,5	3,0	7,8	2,7	3,5	4,2

Ventes (millions de dollars)



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2003	70,5	35,9	18,7	179,9	305,0	3,1 %
2004	73,0	40,2	19,2	189,5	321,9	5,5 %
2005	75,3	43,3	19,0	193,4	331,0	2,8 %
2006	78,2	46,7	18,8	200,4	344,1	4,0 %
2007	81,9	51,3	19,5	207,2	359,9	4,6 %

Litres vendus (millions de litres)



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2003	2,83	3,69	2,92	49,56	59,00	-1,1 %
2004	2,84	3,85	2,95	50,85	60,49	2,5 %
2005	2,86	4,08	2,94	50,60	60,48	0,0 %
2006	2,88	4,36	2,89	51,15	61,28	1,3 %
2007	2,89	4,63	3,01	51,39	61,92	1,1 %

Revue de l'année 2006-2007

La réussite peut être mesurée de nombreuses façons. Dans le secteur de la vente au détail de boissons alcoolisées, il y a plusieurs indicateurs clés du rendement pour les ventes par catégorie, les programmes de marketing, le contrôle d'inventaire, les commentaires des clients et fournisseurs, les mesures de rendement des employés et, bien sûr, les résultats financiers. En ce 30^e anniversaire, il est particulièrement important de reconnaître les 422 employés qui fournissent les connaissances et l'expertise permettant à ANBL de continuer à croître et connaître du succès.

Résultats financiers

La croissance des ventes est à nouveau un fait saillant de l'année pour la Société :

Résultats financiers 2006-2007		
	Ventes	% d'augmentation par rapport à 2005-2006
Spiritueux	81 945 712 \$	4,8
Vins	51 345 718	10,0
Autres boissons	19 443 683	3,4
Bière	207 170 930	3,3
TOTAL	359 906 043 \$	4,6

Les ventes de spiritueux ont connu une croissance modeste. Les ventes de vins ont maintenu leur tendance à la hausse grâce à la popularité des festivals des vins, aux nouveaux vins, aux vins de spécialité, aux programmes de marketing et à la popularité croissante du vin chez les consommateurs du Nouveau-Brunswick. La catégorie des autres boissons ne démontre aucun signe de ralentissement puisque les ventes de boissons aromatisées ont poursuivi leur tendance à la hausse des années précédentes. Les ventes de bière ont atteint un sommet pendant les mois chauds de l'été.

Les ventes totales de 359 906 043 \$ représentent une hausse de 15 798 999 \$ par rapport à l'année précédente et de 4 034 541 \$ par rapport aux prévisions pour 2006-2007. Les ventes aux magasins de franchise ont maintenu leur rythme élevé à 64 639 764 \$ et elles représentent maintenant 18 % des ventes totales.

Le revenu net totalisait 131 482 628 \$ par rapport aux prévisions de 127 733 587 \$, ce qui représente une

augmentation de 3 749 041 \$ par rapport au budget et de 5 359 625 \$ comparativement à 2005-2006.

Technologie de l'information

Un important projet pour la Société en 2006-2007 était la mise en service du projet de remplacement du système Point de vente (PDV), qui comprenait la conversion des 51 magasins de la Société et qui a été complétée le 26 novembre 2006. L'équipe participant au projet de deux ans comportait du personnel des magasins et du Siège social.



Le nouvel écran tactile, jumelé à un traitement plus rapide des transactions par carte de crédit et de débit permet un service à la clientèle amélioré et une réduction des attentes aux caisses.

L'élaboration et la mise en oeuvre des nouvelles interfaces de l'application de PDV et des fonctions intégrées de traitement des cartes de débit et de crédit ont été complétées à temps et en respectant le budget.

Les autres projets en 2006-2007 comprenaient le développement et la centralisation au Siège social d'une fonction des comptes clients pour la livraison directe des produits aux magasins de franchise. De plus, la normalisation canadienne des codes de produits (NCCP) a été remplacée par le Code universel des produits (CUP) pour identifier les produits et le code de catégorie a été remplacé par le code rayon / classe / gamme pour la classification dans les applications. Ces changements ont grandement amélioré les rapports externes et financiers.

Ventes par localité

Localité	Public	Détenteurs de permis	Total	Localité	Public	Détenteurs de permis	Total
Bathurst (4)	9 447 954 \$	1 368 737 \$	10 816 691 \$	Neguac	2 334 491 \$	360 219 \$	2 694 710 \$
Beresford	2 743 723	183 388	2 927 111	Oromocto (2)	8 341 043	1 205 164	9 546 207
Bouchouche (2)	3 901 789	368 334	4 270 123	Perth-Andover (2)	3 485 527	305 302	3 790 829
Bristol (2)	3 112 100	252 249	3 364 349	Petit-Rocher	2 904 203	262 769	3 166 972
Campbellton (1)	2 982 445	863 951	3 846 396	Quispamsis (1)	10 003 017	631 755	10 634 772
Cap-Pelé	2 492 792	148 808	2 641 600	Richibucto (3)	5 367 572	649 395	6 016 967
Caraquet (3)	5 428 143	990 100	6 418 243	Riverview (4)	10 165 496	1 665 924	11 831 420
Cocagne	1 672 017	183 377	1 855 394	Sackville (2)	5 577 749	582 169	6 159 918
Dalhousie (3)	4 266 947	455 666	4 722 613				
Dieppe	14 856 719	4 799 894	19 656 613	Ville de Saint John			
Edmundston (3)	8 314 584	2 316 351	10 630 935	Rue King	2 248 557	273 523	2 522 080
				Centre Commercial Lansdowne	6 999 138	1 899 093	8 898 231
Ville de Fredericton				Centre Commercial Parkway (1)	11 491 825	2 005 638	13 497 463
Centre Commercial Brookside (3)	8 169 409	3 757 314	11 926 723	Centre Commercial Prince Edward	4 216 045	1 418 042	5 634 087
Parc Devon (3)	7 886 883	1 121 223	9 008 106	Centre Commercial Westwind	8 034 192	2 038 358	10 072 550
Rue King	5 630 679	882 822	6 513 501	Total des magasins de Saint John	32 989 757	7 634 654	40 624 411
Rue Prospect	12 942 191	1 653 295	14 595 486				
Rue Smythe	4 857 163	-	4 857 162	St. Andrews	1 960 039	624 277	2 584 316
Total des magasins de Fredericton	39 486 324	7 414 654	46 900 978	St. George (1)	3 208 896	188 513	3 397 409
				St. Stephen (2)	5 593 947	412 742	6 006 689
Grand Bay (2)	4 411 405	308 285	4 719 690	Saint-Louis de Kent (1)	1 842 272	93 369	1 935 641
Grand-Sault (4)	7 852 785	1 008 435	8 861 220	Shediac (1)	6 690 295	982 528	7 672 823
Grand Manan	1 223 570	93 899	1 317 469	Shippagan	2 533 401	277 411	2 810 812
Hampton	4 729 256	171 972	4 901 228	Sussex (2)	6 960 266	716 988	7 677 254
Lamèque (1)	2 196 005	138 748	2 334 753	Tracadie-Sheila (2)	6 329 036	816 618	7 145 654
Minto (2)	2 921 853	126 201	3 048 054	Woodstock (5)	7 365 727	812 405	8 178 132
				Les livraisons directes			
Ville de Miramichi				pour magasins de franchise	22 351 006	-	22 351 006
Chatham (2)	5 666 296	712 499	6 378 795	Siège social	1 888 014	20 932	19 089 946
Newcastle (3)	7 934 496	1 187 848	9 122 344	TOTAL	311 651 477 \$	48 254 566 \$	359 906 043 \$
Total des magasins de Miramichi	13 600 792	1 900 347	15 501 139				
Ville de Moncton							
Promenade Elmwood (1)	7 493 094	2 521 627	10 014 721				
Rue Main	1 000 927	920	1 001 847				
Moncton Nord	6 440 098	104 712	6 544 810				
Chemin Mountain (1)	8 598 117	3 538 352	12 136 469				
Boul. St. George	4 586 284	752 425	5 338 709				
Total des magasins de Moncton	28 118 520	6 918 036	35 036 556				

(#) Indique le nombre de magasins de franchise à cette location

Ventes aux magasins de franchise

Localité magasin de franchise	Localité ANBL	Ventes	Localité magasin de franchise	Localité ANBL	Ventes
Allardville	Bathurst	747 205 \$	Lac Baker	Edmundston	297 014 \$
Alma	Riverview	295 115	Lepreau	Grand Bay	1 101 631
Arthurette	Perth-Andover	312 663	Macataquac	Centre Commercial Brookside, Fredericton	1 666 132
Baie-Sainte-Anne	Chatham	916 946	Maisonnette	Caraquet	308 826
Balmoral	Dalhousie	1 428 599	McAdam	St. Stephen	566 488
Barnesville	Quispamsis	954 746	Memramcook	Promenade Elmwood, Moncton	2 171 946
Bay du Vin	Chatham	529 631	Miscou	Lameque	284 126
Belledune	Dalhousie	1 168 339	Nackawic	Woodstock	1 336 894
Blacks Harbour	St. George	1 124 897	Norton (*)	Hampton	1 344 381
Blackville	Newcastle	901 766	Paquetville	Caraquet	2 060 818
Boiestown	Parc Devon, Fredericton	535 104	Petitcodiac	Chemin Mountain, Moncton	1 677 940
Brantville	Tracadie-Sheila	1 573 992	Plaster Rock	Perth-Andover	1 200 543
Cambridge-Narrows	Sussex	810 676	Pointe-Sapin	Saint-Louis de Kent	349 903
Campobello	St. Stephen	243 578	Port Elgin	Sackville	1 928 972
Canaan Forks (*)	Sussex	51 457	Renaus	Newcastle	976 871
Canterbury	Woodstock	370 040	Richibucto-Village	Richibucto	711 714
Centreville	Bristol	1 113 879	Riley Brook	Grand-Sault	180 511
Charlo	Dalhousie	930 065	Riverside-Albert	Riverview	322 447
Chipman	Minto	1 259 027	Rogersville	Richibucto	1 614 332
Clair	Edmundston	800 517	Saint-Antoine	Bouchouche	2 054 900
Debec	Woodstock	493 193	Saint-Arthur	Campbellton	345 150
Doaktown	Parc Devon, Fredericton	723 430	Saint-Isidore	Tracadie-Sheila	872 456
Dorchester	Sackville	337 538	Saint-Paul	Bouchouche	412 135
Douglas Harbour	Minto	461 722	Saint-Quentin	Grand-Sault	1 781 274
Dumfries	Woodstock	411 452	Saint-Sauveur	Bathurst	318 620
Fredericton Junction	Oromocto	1 111 409	Sainte-Anne-de-Medawaska	Edmundston	734 827
Gagetown	Oromocto	692 199	Salisbury	Riverview	2 583 993
Grande-Anse	Caraquet	790 844	South Tetagouche	Bathurst	467 369
Harcourt	Richibucto	511 899	Saint-Léonard	Grand-Sault	903 143
Hartland	Woodstock	1 642 651	St. Martins	Centre Commercial Parkway, Saint John	624 670
Harvey	Parc Devon, Fredericton	1 302 115	Stanley	Centre Commercial Brookside, Fredericton	861 052
Haute-Aboujagane	Shediac	762 560	Sunny Corner	Newcastle	1 200 235
Hillsborough	Riverview	1 049 112	Welsford	Grand Bay	1 043 383
Juneville	Bathurst	359 942	Youngs Cove	Sussex	601 072
Juniper	Bristol	381 449	Zealand	Centre Commercial Brookside, Fredericton	1 135 460
Kedgwick	Grand-Sault	1 237 226	Agents fabricants	Siège social, Fredericton	261 553
			TOTAL		64 639 764 \$

(*) Magasin de franchise fermé durant l'année

Revue de l'année 2006-2007 *Continuée*

La facturation électronique et les transferts directs de fonds avec les brasseries provinciales ont été complétés en 2006-2007.

Un système de commande en ligne pour magasins de franchise a été élaboré et mis à l'essai et il sera étendu à travers la province au cours de la prochaine année.

Les Services techniques ont maintenu un rythme constant avec le changement des services de télécommunications et d'équipement des magasins relié au projet de PDV. La décision d'intégrer l'application des transactions par carte de débit et de crédit dans le nouveau système nécessitait un réseau de communication plus stable et fiable. Une infrastructure DSL a été choisie, ce qui a eu pour effet d'accélérer le traitement des transactions.

Le personnel du bureau de service a fait face à de nombreux défis pour appuyer les deux applications de PDV au cours de la transition. Les Services techniques appuient maintenant la majorité du matériel en magasin, ce qui élimine un coût majeur pour les activités de vente au détail.

Un sondage sur place a été mené pour le système de radiofréquence à notre entrepôt central, en préparation pour la mise à niveau prévue en 2007-2008. Certains secteurs de réception sans fil à basse fréquence dans l'entrepôt ont été rectifiés pendant le sondage, ce qui a accru la vitesse de traitement des produits à la réception.

Les Services techniques ont été très actifs pour la préparation de la séparation de la circulation par le biais de l'installation de cloisons pare-feu et la planification d'infrastructures V-LAN (réseau local virtuel). Tous les réseaux ont été vérifiés et les préparatifs sont en cours pour améliorer la sécurité physique et logique, conjointement à l'adoption de politiques et procédures d'accès améliorées. Des nouveaux processus et des nouvelles normes pour le câblage ont été appliquées dans tous les nouveaux magasins et dans les rénovations majeures des magasins.

Chaîne d'approvisionnement et installations

L'année financière 2006-2007 a vu la Société poursuivre son programme ambitieux d'amélioration du service. Les troisième et quatrième magasins «Sélection» ont ouvert leurs portes à Edmundston et sur la rue Prospect à Fredericton. Ces magasins offrent une gamme élargie de produits généraux et un grand choix de vins et spiritueux de spécialité. La construction extérieure, l'affichage et l'éclairage intérieur

suivent les nouvelles normes d'identité visuelle d'ANBL et le nouveau décor intérieur. L'intérieur des magasins est fini avec des couleurs attrayantes et des caractéristiques décoratives visant l'amélioration de l'expérience globale en magasin. L'intérieur est aménagé de façon circulaire pour mettre tous les produits en évidence pour les clients.



Le nouveau magasin «Sélection» d'Edmundston a ouvert ses portes en août 2006 et il partage un vestibule avec le Superstore Atlantique.

Ces deux magasins comprennent une vaste chambre froide où sont réfrigérés la bière importée et locale, les panachés et certains vins qui sont disponibles dans divers formats et emballages. Il y a également un réfrigérateur à climat contrôlé pour une sélection de vins de spécialité. Une autre caractéristique spéciale est le grand Centre de découverte, où les employés prodiguent de précieux conseils et répondent aux questions reliées aux produits comme le mariage des vins et repas, les nouveaux produits, les dégustations de produits et les spéciaux en magasin.

Des nouveaux magasins ont ouvert leurs portes à Grand-Sault et Perth-Andover avec le nouvel aménagement, le nouveau décor et l'expérience d'achat améliorée. À Edmundston, sur la rue Prospect (Fredericton) et à Grand-Sault, les magasins sont annexés à un grand magasin alimentaire. Ceci offre aux clients la commodité de faire leurs achats à un seul endroit, ce qui complète le but d'ANBL d'améliorer l'expérience globale d'achat des clients.

Des mises à niveau du décor intérieur et de l'affichage extérieur ont également été apportées à Lansdowne Place (Saint John), Richibucto, Bouctouche, Shediac, Tracadie-Sheila, Shippagan, Minto, Miramichi (Newcastle), Neguac et Brookside Mall (Fredericton). Les rénovations du magasin de Grand Bay, y compris l'installation d'une chambre froide, ont commencé l'année précédente et ont été complétées en 2006-2007.



170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tél. : (506) 452-6826
fax. / téléc. : (506) 462-2024
www.anbl.com

RAPPORT DE LA DIRECTION

La préparation des renseignements financiers fait partie intégrante des responsabilités de la direction et les états financiers qui suivent relèvent de la responsabilité de la direction de la Société. Cette responsabilité comprend la sélection de politiques comptables appropriées ainsi que le jugement et les estimations qui sont conformes aux principes comptables généralement reconnus au Canada. Les renseignements financiers présentés ailleurs dans le présent Rapport annuel sont conformes à ces états financiers.

La Société maintient les contrôles internes nécessaires conçus pour fournir une assurance raisonnable que des renseignements financiers fiables et pertinents sont produits et que les éléments d'actif sont bien protégés. Le service de vérification interne effectue des vérifications dans le but de s'assurer la pertinence et l'uniformité des contrôles internes, des pratiques et des méthodes de la Société.

Dans ses responsabilités, le Conseil d'administration reçoit l'aide du Comité de vérification. Ce comité évalue et recommande l'approbation des états financiers et du rapport annuel en plus de rencontrer périodiquement, la direction, le gérant de la vérification interne et les vérificateurs externes relativement aux contrôles internes et à tout autre sujet relié aux rapports financiers.

Grant Thornton LLP, vérificateur externe de la Société, a effectué une vérification indépendante des états financiers de la Société conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Le Rapport du vérificateur décrit la portée de cette vérification indépendante et l'opinion exprimée.

Président et Chef de la direction

Dana Clendenning

Vice-président principal
et Chef des finances

Richard A. Smith, C.G.A., C.M.A.

Le 23 mai 2007

Rapport des vérificateurs

Au conseil d'administration de la
Société des alcools du Nouveau-Brunswick

Nous avons vérifié le bilan de la **Société des alcools du Nouveau-Brunswick** au 31 mars 2007 et les états des résultats et des mouvements de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend un examen par sondages des informations probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous les égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 2007 ainsi que les résultats de son exploitation et de ses mouvements de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Grant Thornton LLP

Grant Thornton LLP
Comptables agréés

Fredericton (Nouveau-Brunswick)
Le 23 mai 2007

570, rue Queen
C.P. 1054
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5C2
T 506 458-8200
F 506 453-7029
E Fredericton@GrantThornton.ca
W www.GrantThornton.ca

Membre canadien de Grant Thornton International

Bilan

LE 31 MARS

ACTIF

2007

2006

Actif à court terme

Encaisse

3 026 274 \$

940 596 \$

Clients

2 692 141

2 428 048

Stocks (note 3)

17 831 352

16 513 988

Frais payés d'avance

427 574

463 446

23 977 341

20 346 078

Dépôt - travailleurs blessés (note 4)

698 505

737 920

Propriétés, bâtiments et équipements (note 5)

12 671 780

11 825 845

37 347 626 \$

32 909 843 \$

PASSIF

Passif à court terme

Fournisseurs et charges à payer

18 197 887 \$

18 256 659 \$

AVOIR DE LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Solde au début de l'exercice

14 653 184

11 690 104

Résultats net

131 482 628

126 123 003

146 135 812

137 813 107

Paiements à la province du Nouveau-Brunswick

126 986 073

123 159 923

Solde à la fin de l'exercice

19 149 739

14 653 184

37 347 626 \$

32 909 843 \$

Engagements (note 13)

Voir les notes afférentes aux états financiers

AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION,

Maurice Bastarache

Administrateur



Administratrice

État des résultats

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2007	Réel 2007	Réel 2006
Ventes totales (note 6)	355 871 502 \$	359 906 043 \$	344 107 044 \$
Moins les commissions	4 850 099	4 999 252	4 679 139
Ventes nettes	351 021 403	354 906 791	339 427 905
Coût des marchandises vendues (note 7)	183 310 747	184 386 176	176 518 333
Bénéfice brut	167 710 656	170 520 615	162 909 572
Autres produits (note 8)	1 334 477	1 502 847	1 557 575
	169 045 133	172 023 462	164 467 147
Charges d'exploitation (note 9)	41 311 546	40 540 834	38 344 144
Résultats net	127 733 587 \$	131 482 628 \$	126 123 003 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers

État des mouvements de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars

	2007	2006
FONDS PROVENANT DE L'EXPLOITATION		
Résultats net	131 482 628 \$	126 123 003 \$
Éléments hors caisse:		
Amortissement	2 173 789	1 916 040
Perte sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	528 086	12 043
Diminution des dépôts - travailleurs blessés	39 415	46 900
Évolution du fonds de roulement hors caisse	(1 604 357)	(934 539)
Fonds provenant de l'exploitation	132 619 561	127 163 447
DÉPENSES NETTES D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions de propriétés, bâtiments et équipements	(3 728 895)	(3 469 992)
Produits de la vente de propriétés, bâtiments et équipements	181 085	234 124
Encaisse nette utilisée pour les dépenses d'investissement	(3 547 810)	(3 235 868)
PAIEMENTS À LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	(126 986 073)	(123 159 923)
AUGMENTATION DE L'ENCAISSE	2 085 678	767 656
ENCAISSE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	940 596	172 940
ENCAISSE À LA FIN DE L'EXERCICE	3 026 274 \$	940 596 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers

Notes afférentes aux états financiers

Le 31 mars 2007

1. Généralités

Cette société d'État a été constituée en vertu de la Loi sur la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick et sa principale activité commerciale est l'achat, la distribution et la vente de boissons alcoolisées dans toute la province du Nouveau-Brunswick.

2. Sommaire des principales conventions comptables

Constatation de revenu

Les revenus sont constatés lorsque les biens sont vendus, que les obligations contractuelles sont satisfaites et que le montant peut être déterminé de façon raisonnable. Le total des ventes comprend les ventes au détail, aux établissements titulaires de licence et aux magasins de franchise. Ces montants ne tiennent pas compte de la revente par les établissements titulaires de licence et les magasins de franchise.

Stocks

Le stock de marchandises pour revente est évalué au prix coûtant qui est inférieur à la valeur de réalisation nette. Le stock de fournitures est évalué au prix coûtant.

Dépôt – travailleurs blessés

Le coût des réclamations pour employés blessés avant le 1er avril 2002 est déduit d'un dépôt détenu en fiducie auprès de la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail et débité comme avantage d'un employé à mesure qu'il est engagé.

Propriétés, bâtiments et équipements

Les propriétés, bâtiments et équipements sont comptabilisés au prix coûtant. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire aux taux annuels suivants :

Bâtiments	2 %
Pavage	10 %
Matériel de réfrigération	10 %
Logiciel et services	10 %
Matériel automatisé des magasins	20 %
Ameublement, agencements et matériel	20 %
Matériel roulant	25 %

Les améliorations locatives sont amorties selon la méthode de l'amortissement constant sur la durée restante du bail.

Allocations de retraite

Les employés de la Société ont droit à une allocation de retraite déterminée selon le nombre d'années de service et le taux de salaire au cours de l'année de retraite ou du décès. Ce programme est financé au cours de l'année où l'allocation est versée.

Le coût de l'allocation de retraite gagnée par les employés est déterminé par moyens actuariels en utilisant la méthode des bénéfices prévus proportionnellement au service et la meilleure estimation de la gestion du taux d'augmentation de salaire et de l'âge de la retraite des employés.

La responsabilité transitoire relative à l'allocation de retraite est amortie selon la méthode linéaire au cours de la période de service restante prévue des employés qui participent au régime (douze ans).

Tout excédent du gain (perte) actuariel net de plus de 10 % de l'obligation des bénéfices est amorti au cours de la période de service restante estimative des employés actifs.

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables canadiens généralement reconnus exige que la direction fasse des estimations et qu'elle formule des hypothèses que influent sur les montants présentés de l'actif et du passif à la date des états financiers et sur les revenus et les charges présentés au cours de la période visée. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

Emplacements des magasins



3. Stocks

Spiritueux, vin, autres boissons et bière
Fournitures

2007	2006
17 717 314 \$	16 301 667 \$
114 038	212 321
17 831 352 \$	16 513 988 \$

4. Dépôt – travailleurs blessés

Conjointement au passage à la méthode d'évaluation pour le paiement à la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail (CSSIAT), la Société a fait un dépôt pour la somme de 1 000 000 \$ en fiducie auprès de la CSSIAT pour couvrir le coût estimatif des réclamations des travailleurs blessés avant la date de conversion du 1er avril 2002. Ce dépôt sera détenu pour la période du 1er juin 2002 au 31 mai 2009 et il accumulera de l'intérêt au taux de rendement de la CSSIAT pour l'année qui s'applique. L'intérêt accumulé en 2007 était 97 726 \$ (80 886 \$ en 2006). Le coût total des réclamations est déduit du dépôt au cours de l'année où la dépense a eu lieu. Les coûts réels pour 2007 étaient 137 141 \$ (127 786 \$ en 2006). À la fin de la période de sept ans ou à tout moment auparavant, sur demande de la Société, la CSSIAT calculera les coûts futurs reliés à ces réclamations et la Société sera responsable du paiement forfaitaire de cette somme. À partir de ce moment, la CSSIAT assumera la responsabilité pour la dette. On prévoit que le montant en dépôt sera suffisant pour couvrir tous les coûts futurs reliés aux blessures qui ont eu lieu avant le 1er avril 2002.

5. Propriétés, bâtiments et équipements

	Prix coûtant	Amortissement cumulé	2007 Montant Net	2006 Montant Net
Terrains	201 945 \$		201 945 \$	207 995 \$
Pavage	503 342	460 988 \$	42 354	34 615
Bâtiments	11 809 347	7 057 641	4 751 706	4 545 120
Améliorations locatives	5 301 375	3 561 952	1 739 423	2 047 384
Ameublement, agencements et matériel	10 813 580	8 839 129	1 974 451	1 706 916
Matériel roulant	226 086	186 181	39 905	54 484
Matériel automatisé des magasins	2 758 275	1 882 885	875 390	623 272
Logiciel et services	3 560 304	1 174 502	2 385 802	1 882 350
Matériel de réfrigération	3 105 941	2 445 137	660 804	723 709
	38 280 195 \$	25 608 415 \$	12 671 780 \$	11 825 845 \$

6. Ventes Totales

	Budget 2007	Réel 2007	Réel 2006
Spiritueux	80 867 149 \$	81 945 712 \$	78 165 020 \$
Vin	50 759 618	51 345 718	46 670 572
Autres boissons	19 156 520	19 443 683	18 812 706
Bière	205 088 215	207 170 930	200 458 746
	355 871 502 \$	359 906 043 \$	344 107 044 \$

7. Coût des marchandises vendues

	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	2007 Total	2006 Total
Stocks au début de l'exercice	5 380 531 \$	6 180 579 \$	994 944 \$	3 745 613 \$	16 301 667 \$	17 234 382 \$
Achats	19 467 981	19 838 504	8 212 379	119 451 488	166 970 352	157 550 092
Fret	724 643	1 663 572	469 671	304 789	3 162 675	2 865 763
Droits de douane et taxe d'accise	12 165 996	2 241 785	796 031	464 984	15 668 796	15 169 763
	37 739 151	29 924 440	10 473 025	123 966 874	202 103 490	192 820 000
Stocks à la fin de l'exercice	5 057 023	7 817 344	929 240	3 913 707	17 717 314	16 301 667
	32 682 128 \$	22 107 096 \$	9 543 785 \$	120 053 167 \$	184 386 176 \$	176 518 333 \$

8. Autres produits

	Budget 2007	Réel 2007	Réel 2006
Programmes de commercialisation	1 213 000 \$	1 459 000 \$	1 179 445 \$
Produits tirés des importations privées	55 468	69 453	57 070
Frais d'administration des coupons de bière	18 000	14 955	16 100
Consignes non remboursées	101 832	151 564	110 431
Abonnements aux rapports sur les ventes	10 300	13 600	8 515
Perte sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	(217 855)	(528 086)	(12 043)
Intérêts sur dépôt - travailleurs blessés	57 000	97 726	80 886
Divers	96 732	224 635	117 171
	1 334 477 \$	1 502 847 \$	1 557 575 \$

9. Charges d'exploitation

	Budget 2007	Réel 2007	Réel 2006
Salaires – magasins, entrepôt et entretien	15 930 459 \$	16 210 689 \$	15 416 778 \$
– administration	4 169 006	4 077 180	4 018 315
Avantages sociaux	5 294 036	4 962 115	4 592 217
Loyer	4 025 328	4 015 216	3 661 654
Chauffage et éclairage	1 343 976	1 278 787	1 127 659
Amortissement	2 266 132	2 173 789	1 916 040
Programmes de formation	175 000	133 158	165 163
Camionnage	1 023 199	944 008	881 317
Réparations des propriétés, bâtiments et équipements	493 971	481 781	502 360
Impôts fonciers	367 955	350 246	371 426
Matériel léger et fournitures	720 725	654 089	587 582
Service de sécurité	259 664	277 136	254 382
Entretien du système automatisé de vente au détail	259 484	188 953	268 083
Déplacements	363 617	331 796	266 220
Coûts du remboursement des consignes	688 106	716 209	607 491
Sacs	337 080	296 836	303 755
Traitement des données	279 316	206 457	234 341
Télécommunications	481 961	527 652	550 951
Exploitation des véhicules motorisés	50 176	45 913	50 331
Nettoyage	211 405	180 554	180 329
Articles manquants	60 000	79 022	62 225
Réunions de la direction	67 117	71 187	44 724
Affranchissement	83 335	76 215	80 273
Services professionnels	250 300	223 065	322 368
Frais bancaires	1 442 507	1 438 612	1 308 637
Fournitures et entretien de l'entrepôt	69 770	72 787	68 475
Assurance	79 152	77 795	75 383
Publicité et promotions	291 573	277 500	284 476
Rémunération des administrateurs	93 050	38 259	37 321
Autres	134 146	133 828	103 868
	41 311 546 \$	40 540 834 \$	38 344 144 \$

10. Instruments financiers

Les instruments financiers de la Société sont l'encaisse, les clients et les fournisseurs et charges à payer. Il est de l'avis de la direction que la Société n'est pas exposée à des risques considérables d'intérêt, de devises ou de crédit découlant de ces instruments financiers. La juste valeur de ces instruments financiers est proche de leur valeur comptable.

11. Opérations entre parties apparentées

Les présents états financiers contiennent les résultats d'opérations faisant partie de l'exploitation ordinaire avec divers ministères, organismes et sociétés d'État contrôlés par le gouvernement provincial, auxquels la Société peut être considérée comme étant apparentée.

12. Régime d'avantages sociaux futurs

Pension

Les employés de la Société participent au Régime de pension de retraite de la fonction publique de la province du Nouveau Brunswick, qui est un régime interentreprise à prestations définies. Les contributions sont faites par la Société et par les employés. Puisque les renseignements étaient insuffisants pour représenter la participation de la Société au régime selon la méthode de comptabilité de régime de retraite à prestations définies, les présents états financiers ont été préparés selon la méthode de comptabilité de régime de retraite à contributions définies. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2007, la Société a versé des contributions de 1 266 503 \$ (1 176 857 \$ en 2006) conformément aux modalités du régime. Un actuaire indépendant détermine l'état financé du régime et fait des recommandations sur les paiements extraordinaires requis, s'il y a lieu. La plus récente évaluation actuarielle du régime au 1er avril 2005 a déterminé que le régime n'est pas financé entièrement et que des paiements extraordinaires de financement sont requis. Les fournisseurs et charges à payer reflètent le paiement requis en 2007-2008 de 681 475 \$. La prochaine évaluation actuarielle est prévue au 1er avril 2008, la date à laquelle les exigences de financement futures seront déterminées.

Allocations de retraite

Les fournisseurs et les charges à payer comprennent une somme reliée au régime de retraite. L'information relative au régime d'allocation de retraite est comme suit. Ces chiffres sont établis selon la plus récente évaluation actuarielle en date du 1er avril 2005 :

	2007	2006
Rapprochement de l'obligation au titre des prestations constituées :		
• Solde, début de l'exercice	3 233 958 \$	3 112 500 \$
Coût des services actuels	155 300	151 500
Coûts d'intérêt	194 293	177 125
Prestations versées	(479 193)	(207 167)
Solde, fin de l'exercice et état capitalisé - déficit	3 104 358	3 233 958
Moins : Obligation transitoire non amortie	1 000 000	1 200 000
Passif au titre des prestations constituées	2 104 358 \$	2 033 958 \$

Les hypothèses actuarielles considérables utilisées lors du calcul de l'obligation au titre des prestations constituées de la Société comprenaient un taux de rabais de 6,0 % et un taux de hausse des salaires de 2,5 %.

13. Engagements

La Société loue des bâtiments ainsi que des locaux et du matériel conformément à des contrats de location-exploitation se terminant à diverses dates entre 2008 et 2018. Certains de ces contrats de location-exploitation sont assortis d'options de renouvellement à la fin de la durée initiale du bail. Le tableau suivant indique les paiements minimums exigibles au cours des exercices à venir en vertu des contrats de location-exploitation qui, au 31 mars 2007, ont une durée initiale de plus d'un an :

2008	3 750 609 \$
2009	3 466 088
2010	3 213 215
2011	2 897 375
2012	2 307 568
2013 à 2018	6 961 632
	<u>22 596 487 \$</u>

14. Budget

Les chiffres du budget 2007 qui sont présentés à titre de comparaison avec les chiffres réels ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société et n'ont pas été vérifiés.

15. Chiffres donnés à des fins de comparaison

Certains chiffres correspondants de 2006 ont été réagencés afin d'être conformes à la présentation des états financiers de 2007.